М.В. Корин О.П. Юрик

КАК УСТРОЕН КИНОБАР

«Ничто не покупается кинотеатрами так дешево
и не продается так дорого, как попкорн...»

ДЛЯ КОГО НАПИСАНА ЭТА КНИГА?

Прежде всего, для тех, кто имеет непосредственное отношение к этому бизнесу. Для управляющих кинобарами, руководителей кинотеатров. Многие занимаются им годами, но не знают элементарных вещей. А, вооружившись знаниями, можно зарабатывать гораздо больше! Очень часто, особенно в регионах, можно встретить кинобары с мелким, пригорелым, просто несъедобным попкорном. Есть кинотеатры, где кинобара вообще нет. А ведь попкорн, газировка и начос приносят до половины прибыли успешного кинотеатра! Во-вторых, эта книга для инициативных людей, которые хотят попробовать себя в бизнесе. Описанные в книге разные виды бизнеса обладают общими свойствами: минимальными начальными инвестициями, буквально несколько тысяч долларов, несложными технологиями, доступностью оборудования и сырья на рынке, легкими административными решениями и неплохим сетевым потенциалом.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ 5

КИНОБАР (консешн бар) 6

История 6

Кинобар или консешн 6

Статистика 6

Составляющие успеха 6

Расположение в фойе кинотеатра 7

Привлекательный современный дизайн 7

Правильное проектирование 7

Количество кинобаров в кинотеатре 7

Барные стойки 7

Оборудование основных кинобаров 8

Основной и вспомогательные кинобары 9

Меню 9

Цифровая вывеска 11

Квалификация персонала 14

Маркетинг 14

Внутренний и внешний маркетинг 14

Постоянный и периодический маркетинг 15

Акции 15

Снабжение 17

Барные стойки для кинобара 18

Дизайн и варианты барных стоек 18

Применяемые материалы 19

Конструкция и технологическое оснащение барных стоек 21

Освещение 21

Мебель 22

Заказ и этапы работы над барной стойкой 22

Экономика кинобара 23

Попкорн 23

Начос 24

Кола 25

Пиво 25

Другие продукты 26

ФАСТФУД В КИНОТЕАТРЕ 27

Без кухни 27

Пицца 27

Суши 27

Картофель фри 28

Хот-дог 30

Роликовый гриль 30

Карусельный гриль 31

«Паровые домики» 31

С кухней. Блюда «а-ля-карт», обслуживание официантами, полноценное кафе 32

ПОПКОРН 35
Что такое попкорн 35
Из чего готовят попкорн 35
История 36
Попкорн на российском рынке 36
Как делают 38
Масляный способ 38
Воздушный способ 39
Микроволновый способ 40
Попкорн аппараты 40
Классификация аппаратов по размерам котла 40
Концессионные попперы 42
Промышленные попперы 46
Промышленные аппараты влажного типа 46
Промышленные линии с воздушным раскрытием 47
Чистка аппаратов и уход за ними 48
Эволюция попкорн аппарата и международный рынок 49
Сырье и добавки, ускорители продаж 51
Зерно 51
Масло 52
Добавки 53
Соли 53
Сладкие добавки 53
Антипригарные добавки 53
Ускорители продаж 54
Упаковка, хранение и реализация 54
Стаканы 55
Пластиковые и бумажные пакеты 56
Вспомогательное оборудование. Полезные мелочи 57
Экскалибур (англ. Excalibur) 57
Насос для подачи масла в котёл аппарата 57
Насыпные и порционные витрины 58
Тележки, подставки, базы 59
КАРАМЕЛЬНЫЙ ПОПКОРН 61
Из чего делают 61
Как делают 61
Линейка и устройство аппаратов 63
Упаковка 64
НАЧОС 65
Что такое начос 65
Чипсы начос 65
Сыр начос 66

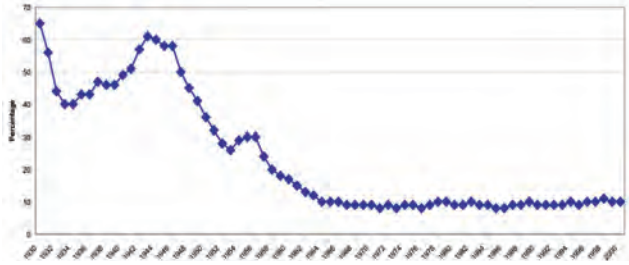
Соус салса 66
Подносы порционные 67
Витрины 67
Тенденции 67
САХАРНАЯ ВАТА 69
Что такое сахарная вата 69
Типы аппаратов 70
Аппараты с нагревом ТЭНом 70
Аппараты с нагревом спиралью 72
Аппараты для производства двухцветной ваты 73
Аппараты для массового производства 74
Вендинговые аппараты сахарной ваты 74
Сырье и добавки 75
Сервировка и упаковка 75
Срок реализации и хранения сахарной ваты 76
ЗАМОРОЖЕННЫЕ ДЕСЕРТЫ: СЛАШ, СМУЗИ, СНОУ КОУН И ШЕЙВ АЙС 78
Слаш, сорбетто, шербет, фраппе 78
Приготовление и сервировка слаш 79
Смузи 80
Сноу коун, шейв айс 81

ПРЕДИСЛОВИЕ

В недавно переведенной на русский язык книжке "The Hollywood Economist" (Melvillehouse, NY) Эдвард Эпштейн «ностальгически» написал: «В далекие времена почти все американцы регулярно ходили в кино. Например, в 1929 году четыре пятых населения США раз в неделю посещали кинотеатр».

А вот что происходит с кино-посещаемостью в США сейчас: приведенный ниже график взят нами из солидного американского экономического исследования Мишеля Паутса (Elon University, USA).

The Decline in Average Weekly Cinema Attendance,
Issues in Political Economy, 2002, Vol. 11



Как видно, сумасшедшей посещаемости 20-х больше нет, и никогда уже не будет, телевидение, DVD и интернет забрали свою долю, однако кино живет и здравствует, хотя и пережило крутую метаморфозу. Киносети развиваются и растут, звук и залы делаются все совершеннее, посадочные места комфортабельнее, обслуживание в кинобаре безупречнее. А между тем, если взять опять же американскую аналитику, только 40% от цены билета остается кинотеатру, все остальное идет дистрибутору. Вопрос: откуда у кинотеатра деньги?

Ричард Маккензи, автор вышедшей в 2008 году книги «Почему попкорн стоит так дорого в кино и другие ценовые шарады» и профессор экономики калифорнийского университета в Ирвайн, пишет: «Все оплачивает попкорн. Многие владельцы кинотеатров признаются мне, что считают себя скорее работниками киноконцессии, а не кинотеатра». Вот такие дела.

Попкорн, газировка, конфеты и прочие концессионные яства полностью покрывают все расходы кинотеатра и обеспечивают ему прибыль. Наценка на попкорн в кинотеатре может составлять 900% и выше, другие позиции в кинобаре: начос, кола и т.п. также высокомаржинальны.

Казалось бы, такой набор продукции нацелен исключительно на детскую и подростковую часть населения. Так и есть. Когда в США «в 1950 годах произошел массовый отток зрителей из кинотеатров, студиям пришлось полностью пересмотреть подход к бизнесу» (Э. Эпштейн, стр. 144) и начать создавать свои аудитории. И лучшей оказались дети и тинейджеры. Во-первых, до них проще донести рекламу по кабельному телевидению и в сети, во-вторых, они мобильнее, и их легче выманить в кино, в-третьих, они в огромных количествах поглощают попкорн и газировку, в-четвертых, они тут же покупают видеоигры и прочие брендованные товары, которые так же в изобилии продаются в фойе кинотеатра. В 2009 году (стр. 144) киноаудитория США на 70% состояла из подростков и молодежи в возрасте до 21 года. Отсюда и подбор фильмов: молодежи нравятся горящие машины, гонки, космические эпопеи, фэнтэзи, стрелялки, остросюжетный контент. Киноаудитория значительно увеличилась за счет детей, как в США, так и во всем мире, и это полностью изменило киноиндустрию: видимый секс и откровенные сцены в фильмах исчезли и стали табу, ведь все мы в первую очередь родители и в этом вопросе едины. Кино сделалось 100% развлечением и утратило значительную часть своей философичной и воспитательной функции, не потеряв, впрочем, роли морализатора. Но обсуждение этой стороны кино выходит за рамки задач нашей книги.

Итак, возвращаемся в кинобар: Он является важнейшим источником прибыли кинотеатра, залогом его успеха. Но кинобар, при своей внешней простоте, является достаточно сложным предприятием, живущим по своим, выверенным десятилетиями, законами. Он сочетает в себе маркетинг, продажи, сервис, логистику. Каждый из этих компонентов важен для успеха. В этой книге мы уделим внимание всем им, но в основном она посвящена главному товару кинобара – попкорну. Как его делают, из чего? Какие аппараты нужны, как они работают, какие технологии применяются?

Конечно же, попкорн это не только кинобары. Тысячи предпринимателей в России продают попкорн в парках и цирках, делают упакованный попкорн и реализуют его через магазины. И порой хочется сказать некоторым из них: что вы делаете? Это же невкусно, неправильно! К сожалению, далеко не все вовлеченные в этот бизнес знают Ноу-хау (know how, англ., - знаю как). Здесь мы расскажем об этом и постараемся восполнить пробелы в знаниях.

КИНОБАР (консешн бар)

История

Современный кинобар в том виде, в каком он нам известен, сформировался в 20-30-ые годы прошлого столетия. Бурно развивающаяся киноиндустрия тогда владела кинотеатрами, и в какой-то момент было замечено, что перед сеансами мелкие торговцы очень бойко продают попкорн зрителям. Пройти мимо такой потери денег воротилы от кино не смогли, и с тех пор кинобар является непременным атрибутом кинотеатра, приносящим владельцу до 50% (!) всей прибыли.

Кинобар или консешн

В США кинобар и все, что с этим связано, называют термином «консешн» (англ. «concession») или консешн бар, консешн зона. Это происходит потому, что на первых порах возможность заниматься этим бизнесом кинотеатры отдавали на сторону, продавали концессию сторонним предпринимателям. Давно минули те времена, но название осталось. Мы же будем пользоваться более привычным в России термином кинобар, хотя употребление слов «концессия», «концессионный» в ряде случаев вполне оправдано и даже необходимо. В кинотеатрах в большинстве случаев кинобар принадлежит самому кинотеатру, а в парках, цирках, на стадионах этим бизнесом занимаются независимые предприниматели, что и является яркой иллюстрацией слова «концессия».

Статистика

По данным компании ScreenDigest за 2010 год количество цифровых и 3D экранов в мире:

в Северной Америке - 46,2% от общего количества (38,6% - 3D), в Европе 28,2% (34,3% - 3D) и в Азии 21,6% (21,2% - 3D).

Общее количество цифровых и 3D экранов в мире за год выросло на 121,8%, с 16 339 до 36 242.

Количество 3D экранов (60,5% от всех цифровых экранов) выросло на 144,3% за год.

Более половины всех гигантских экранов в мире являются цифровыми.

По данным компании Невафильм Research TM:

Число современных кинотеатров в России на 01.02.2011 г. - 870 (2 440 кинозалов).

В том числе: цифровых кинотеатров - 535, цифровых кинозалов - 957 (из них 937 с возможностью 3D-показа).

В ТРЦ расположились 67% всех новых кинозалов.

Общая доля кинозалов в ТРЦ - более 55%.

Открыто за 2010 год - 85 кинотеатров (331 зал).

Закрыто за 2010 год - 23 кинотеатра (в основном, одно- и двухзальники, 34 зала).

Рост числа современных кинозалов за 2010 год - 13,9%, цифровых залов - 169%.

Таким образом, ежегодно наблюдается неуклонный рост количества кинотеатров, кинозалов, а значит, и кинобаров. Стремительное увеличение числа цифровых 3D-залов несомненно привлекло ещё больше людей в кинотеатры. При этом, приобретая более дорогие билеты на 3D-сеансы, зрители не стали тратить меньше в кинобаре. Обороты российских кинобаров в 2010-м году составили 8,1 млрд. руб. ($266,1 млн.). Причем продажи концессий в московских кинотеатрах, несмотря на самые высокие в России цены в кинобарах, выросли на 5–7%, в Петербурге – на 7–10%, а в региональных столицах – до 15%.

Составляющие успеха

Из чего складывается успех кинобара? Вот его основные элементы:

1. **Расположение в фойе кинотеатра**
2. **Привлекательный современный дизайн**
3. **Правильное проектирование**
4. **Меню**
5. **Квалификация персонала**
6. **Умелый маркетинг**
7. **Бесперебойное снабжение**

Рассмотрим каждое из этих составляющих по отдельности.

Расположение в фойе кинотеатра

За почти век существования выработались достаточно простые принципы проектирования и функционирования кинобаров. Прежде всего, это касается расположения кинобара в кинотеатре. Желательно, чтобы он был виден от касс. Это нужно для того, чтобы у посетителя в процессе ожидания в очереди за билетами формировалось желание, и осуществлялся черновой выбор снэков и напитков, которые он хотел бы купить и взять с собой в зал. Этот раздражающий, дразнящий фактор должен быть обязательно! Заметим, что в огромных многозальниках в США это правило сейчас нарушается, просто в силу размеров кассовых зон и кинобаров. Но проектировщики исправляют этот недочет тем, что на пути зрителя от касс до залов обязательно лежит консешн зона.

Привлекательный современный дизайн

Мы едим глазами. По крайней мере, вначале. Внешняя привлекательность всего, что связано с пищей и напитками, имеет огромное значение. Мы любим и хотим есть красиво и в красивой обстановке. Вспомним значение конфетного фантика. Поэтому дизайну кинобара придается большое значение. Необходимо, чтобы он органично вписывался в общий дизайн фойе кинотеатра, но при этом был на его фоне ярким, привлекательным, обращающим на себя внимание пятном, центром притяжения. И он должен быть очень хорошо освещен. Это не бар в отеле и не клуб, где полумрак приветствуется и необходим как элемент атмосферы. Кинобар должен сиять, его должно быть хорошо видно, как и товары в нем.

Правильное проектирование

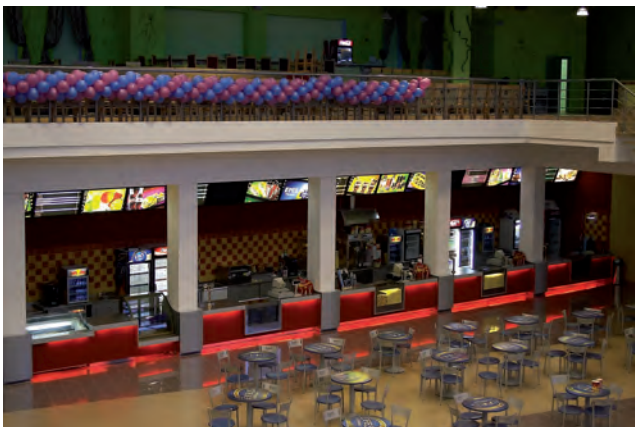
Очень емкое и сложное понятие. Пройдемся шаг за шагом по основным пунктам.

Количество кинобаров в кинотеатре

Прежде всего, кинобары должны быть в достаточном количестве. Есть выработанные годами, проверенные цифры: одна барная стойка на 150-200 посадочных мест. Ни в коем случае нельзя заставлять зрителя стоять в очереди более 3-х минут, он просто откажется от покупки. Надо заметить, что регулирование очередей можно осуществлять, правильно формируя расписание киносеансов, избегая одновременного начала наиболее востребованных лент.

Барные стойки

Мы рассмотрим их подробно в соответствующем разделе. С точки зрения проектирования главные требования, помимо яркого, стильного дизайна, - это правильные размеры и обеспечение хорошего обзора основных продуктов кинобара: попкорна, начос и колы. Немаловажным является удобство работы персонала: легкий и быстрый доступ ко всем товарам и кассе (принцип вытянутой руки).



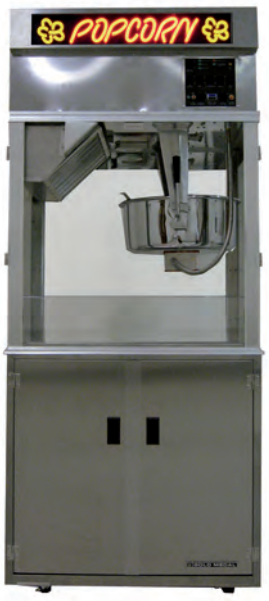
Оборудование основных кинобаров

Здесь главенствует следующий принцип: производительности оборудования должно быть достаточно, чтобы справиться с планируемыми продажами. Прежде всего, идет речь о попкорн аппаратах. Ни в коем случае нельзя рассчитывать их потребную производительность, исходя из равномерной работы в течение всего времени функционирования кинобара. Их производительность выбирается с большим запасом, так, чтобы персонал мог впрок готовить попкорн в те минуты, когда нет наплыва. В то же время нельзя готовить загодя, например, с утра для вечерних сеансов, ведь попкорн должен быть достаточно свежим и горячим при реализации. По этим причинам наибольшее распространение в кинобарах получили, как минимум, 14-16-ти унцовые аппараты, а сейчас все больше и больше открывающихся кинобаров оснащены 32-х и даже 48-ми унцовыми аппаратами.

Citation
("Сайтейшн" 16 унций)

Mach 5 ("Мак 5" 20, 32, 48, 60 унций)

А если обратиться к опыту американских кинотеатров, где потребление попкорна больше, чем у нас, и залов, как правило, больше, то это несколько огромных, 52-х или 64-х унцовых аппаратов.



Medallion
(Медаллион 52 унции)

И, конечно же, эти аппараты должны быть исключительно надежными и современными, ведь простой даже в несколько часов в уикэнд принесет многотысячные убытки.

Далее, должно быwть достаточное количество накопительных емкостей для промежуточного хранения горячего попкорна. Это могут быть настольные витрины для хранения порционированного в стаканы попкорна или встраиваемые в барные стойки насыпные витрины, откуда попкорн порционируется непосредственно в момент заказа. Эти промежуточные емкости, наряду с заполненными самими попкорн машинами, помогают минимизировать отвлечение персонала от обслуживания в моменты пиковых нагрузок.

Еще один важный момент: оборудование должно обеспечить отличный обзор главных продуктов кинобара: попкорна, начос и колы. И не стоит бороться с ароматом попкорна, устанавливая вытяжки. Наоборот, аромат - это еще один притягательный момент. Именно нос подскажет зрителям, что они забыли завернуть в кинобар.

Принцип достаточности применяется и к другим видам оборудования, например, витринам для начос. Их емкость должна быть достаточной, чтобы обслужить поток зрителей, не прибегая к трудоемкой фасовке новых порций.

Основной и вспомогательные кинобары

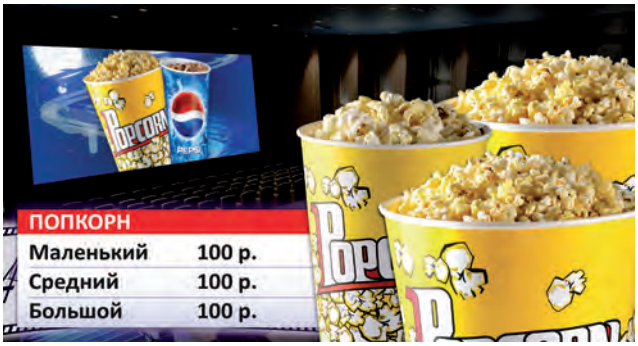
По данным исследований, проведенных компаниями, многие посетители кинотеатра заранее не знают, что будут покупать в баре, но большинство из них не будет стоять в очереди более 3 минут. Зрители современных кинотеатров делятся на две категории. Большая их часть приходит за 10-20 минут до сеанса, и они должны успеть купить с собой в зал попкорн, начос, колу или пиво.

Этому процессу ничто не должно мешать. Если в кинотеатре есть несколько кинобаров, то в основных барах нельзя продавать сложные блюда, алкоголь, вообще, нельзя утяжелять их меню. Только то, что зритель возьмет с собой в зал.

А вот во вспомогательных барах вполне уместны и алкоголь, и пицца с хот-догами, и картофель фри, и другие блюда. Ведь вспомогательные рассчитаны на вторую категорию зрителей, тех, кто проведет в кинотеатре достаточно много времени. И их надо развлечь, накормить и получить за это дополнительную выручку. На них же рассчитаны зоны развлечений в кинотеатре: игровые автоматы, машины для моментальной фотографии, прочее. Для них же нужно предусмотреть столики и диваны с достаточным количеством мест.

Вторая группа - это как раз те, кто, по свидетельствам опроса компании Coca Cola, не знают заранее, что они купят в баре и полагаются на подсказку оператора, хорошо оформленное световое меню и витрины. Согласно маркетинговым исследованиям той же компании более 80% покупателей делают заказ на основе предложения менюборда, расположенного над барной стойкой. Значение грамотной расстановки продукции настолько велико, что любое пренебрежение ею означает существенную потерю прибыли.

Меню



Меню - очень и очень важная часть успеха кинобара. Как было сказано ранее, в кинотеатре бывает два типа баров: основные и вспомогательные. Подход к формированию меню в них разный. Меню основного бара - это абсолютный минимализм. Этим баром пользуются те, кто по пути в зал покупают себе колу и попкорн, режепиво и другие снэки. На попкорн и колу приходится 70% продаж кинобара (если закрыть от покупателя колу несколькими разновидностями минеральной воды, то выручка неминуемо снизится). Из этих принципов и следует строить меню.

Все остальные продукты питания и напитки входят во вторую категорию, которая также важна для ассортиментного набора и которая будет иметь своего потребителя. В эту группу продуктов можно включить пиво, картофельные чипсы в промышленной упаковке, минеральную воду, фруктовые соки, хот-доги, сэндвичи, шоколадные конфеты и батончики, пирожные к кофе.

Рассмотрим два варианта: один кинобар в кинотеатре и два кинобара, основной и вспомогательный.

В первом случае примерное меню могло бы выглядеть следующим образом:

- прохладительные напитки (кола, слаш, пиво, соки, минеральная вода)
- попкорн
- начос
- новелти (шоколадные батончики, чупа чупс, конфеты, сахарная вата)
- горячие напитки (кофе, чай, шоколад)
- пакетированные картофельные чипсы
- мороженое
- традиционный фастфуд (хот-дог, пицца, картофель фри)

В случае же двух и более кинобаров меню основного выглядит так:

- прохладительные напитки (кола, слаш, пиво, соки, минеральная вода)
- попкорн
- начос
- новелти (шоколадные батончики, чупа чупс, конфеты, сахарная вата)
- горячие напитки (кофе, чай, шоколад)
- пакетированные картофельные чипсы

А во вспомогательных вот так:

- прохладительные напитки (кола, слаш, пиво, соки, минеральная вода)
- попкорн
- начос
- новелти (шоколадные батончики, чупа чупс, конфеты, сахарная вата)
- горячие напитки (кофе, чай, шоколад)
- пакетированные картофельные чипсы
- традиционный фастфуд (хот-дог, пицца, картофель фри)
- прочие готовые блюда, как, например, сэндвичи, так и «а-ля-карт»
- десерты (торты, чизкейки, мягкое мороженое, сноу коун, шейв айс)
- алкоголь.

Наименование продуктов и напитков	Вид продукта	Объем, вес
Газированная вода	Кола разливная	0,3 л; 0,4 л; 0,5 л; 0,8 л
Пиво	Разливное	0,3 л; 0,5 л
Соки, минеральная вода	В упаковке	0,5 л
Попкорн	Соленый со сливочным вкусом, соленый с сыром, беконом и т.д., сладкий карамельный, шоколадный, вишневый и т.д.	От 4-х до 7 видов объемов от 0,7 л до 5,5 л
Мексиканские кукурузные чипсы начос с острым сырным или овощным соусом	Треугольные и круглые чипсы «барбекю», «регуляр», «нэчуралз»	100 г чипсов, 100 г сыра или соуса на пластмассовом порционном подносе
Шоколадные батончики и конфеты	В промышленной упаковке	Вариативно
Кофе	Эспрессо, каппуччино, латэ	Пластиковый одноразовый стакан
Картофельные чипсы	В упаковке	30 г, 90 г, 170 г
Мороженое	Мягкое + топпинги	90 г
Хот-дог	В булке с соусом	150-200 г

Меню оформляется в виде менюбордов и располагается над задней линией кинобара, так, чтобы быть хорошо видимым зрителям, стоящим в очереди в кинобар. Отлично, если это меню будет также видно и стоящим в очереди в кассы, хотя бы картинки. В этом случае формирование заказа в голове посетителей начнется еще даже до покупки билетов. Менюборды имеют красивые подсвеченные картинки основных компонентов меню, прежде всего попкорна, начос и колы, четкие и краткие описания с ценами. Недопустима двусмысленность и, как ни странно, богатый выбор. Концессионный рынок – это каптивный (captive) рынок в самом чистом виде: то есть ограниченный – предлагается только то, что обеспечивает гарантированное осуществление финансовых целей. Однако, должна быть и разумная достаточность.

В последние годы к нам пришла технология Digital Signage, «цифровая вывеска» в переводе с английского. Программное обеспечение выводит на огромные плазменные или LCD панели анимированное меню. Кружащиеся стаканы с горячим попкорном, пузырящаяся кола, выдавливаемая на дымящийся румяный хот-дог дорожка желтой горчицы, тянущийся сыр отрезанного куска пиццы многократно повышают визуальную привлекательность блюд и, соответственно, аппетит, что в свою очередь способствует увеличению продаж.

Цифровая вывеска

Digital Signage - это система трансляции информации на различные мониторы и экраны с возможностью быстрого изменения «картинки» с использованием внешних баз данных и файлов различных форматов.

Статистика показывает, что за последние пять лет количество мониторов, установленных в кинотеатрах США, выросло в 16,7 раз. В Европе этот показатель ниже, но тоже очень значителен – в 9,2 раза. Россия вступила на этот путь позже, но действует весьма активно. За последние два года все крупнейшие сети кинотеатров начали процесс модернизации. Новые кинотеатры открываются уже оборудованные большим количеством мониторов.

Применение Digital Signage в помещениях может быть различным:

- менюборды с аппетитным попкорном и газированными искрящимися напитками;

• расписания сеансов с оперативной сменой информации;

• анимированные афиши, транслирующие фрагменты из предстоящих премьер;

• мониторы, сообщающие о спецпредложениях и новинках, демонстрирующие коммерческую рекламу.

Преимущества работы с такими цифровыми системами велики. По статистике, при правильной организации процесса рост продаж в кинобарах после установки мониторов составляет от 32% до 64%. Благодаря экранам с расписанием, размещённым в кинокассах, посетители быстрей ориентируются в выборе фильма и подходящего сеанса, что сказывается на скорости прохождения очереди и, соответственно, приводит к улучшению качества обслуживания.

Пять причин, почему система Digital Signage способствует увеличению выручки кинобара:

• наглядная видеоинформация привлекает внимание посетителей;
• информация обновляется автоматически и оперативно;
• система является эффективным инструментом маркетинга;
• пространство используется более рационально;
• качество обслуживания клиентов повышается.

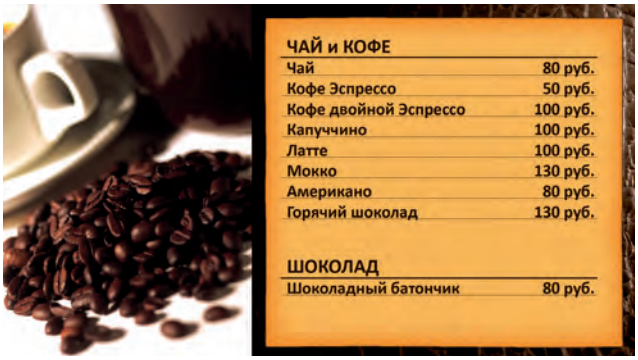
Для организации системы Digital Signage не важно, на какой поверхности воспроизводится изображение. В одной схеме можно задействовать телевизоры различных диагоналей, видеостены, проекционные экраны. Самой часто используемой диагональю мониторов является 42". Это объясняется соотношением размера и стоимости. В последнее время мониторы такого размера значительно снизились в цене. При выборе между плазменными и жидкокристаллическими телевизорами необходимо учитывать то, какая информация будет транслироваться на мониторах. Плазменные хороши при постоянно меняющемся видеоряде. При статичном изображении пиксели выгорают, что приводит к скорому появлению серых пятен.

Расположение мониторов – очень важный фактор. Обычно в кинобарах нижний край конструкции находится на высоте 220 см от пола, что позволяет разместить под ней стандартные холодильники высотой 210 см. При этом хорошо просматриваются мониторы, наклоненные на 10-15 градусов. Их не загораживает персонал, работающий в баре. Расстояние от внешнего края клиентской столешницы не должно превышать 250 см. Это оптимальная зона для комфортного просмотра информации.

Транслирование изображений можно наладить различными способами с использованием разного количества воспроизводящих компьютеров. Проекты разрабатываются индивидуально с учетом множества факторов: расстояний, объема и качества передаваемой информации, количества дублируемых по наполнению экранов и т.д. Варианты передачи тоже разнообразны: HDMI-кабели, витая пара, Wi Fi.

Самым важным для создания проекта является выбор программного обеспечения, которое позволит выводить различную информацию в необходимой форме и в нужное время. Программа для Digital Signage должна быть простой и интуитивно понятной для сотрудников, которые будут работать с ней в повседневном режиме, а это, как правило, сотрудники отдела рекламы или администраторы, не имеющие большого опыта и знаний в сфере IT. Важны умение распознавать форматы файлов и возможность автоматически извлекать информацию из различных баз данных. Программное обеспечение выполняет и обслуживающие функции: генерирует отчеты о показе роликов, сообщает о сбоях в работе системы.

Можно выделить большой бюджет на создание и запуск системы, но если не уделить должного внимания наполнению, проект не оправдает надежд. Необходимо тщательно подойти к этому вопросу. Лучше привлечь к этому профессионалов: маркетолога и дизайнера. Начинать нужно со сценария. Важно определить цикл – время, за которое проходит весь блок информации. Не нужно перегружать и затягивать. Сценарий должен быть интересным и лаконичным. Главное – любое сообщение должно «продавать». Глаз зрителя движется по экрану от верхнего левого угла к нижнему правому, как при чтении. Следует учитывать эту особенность при расположении визуальных элементов и текста на экране. Четкие, визуально разделенные элементы существенно снижают время восприятия. Каждая сцена или кадр должны выглядеть законченной композицией и нести определённый смысл.



Текст должен быть краток, прост и доходчив, надписи – достаточно контрастны. Не следует использовать более двух-трех разных шрифтов. Для удобства восприятия не рекомендуется переносить строки, необходимо постараться поместить сообщение в одну строку. Не следует также пользоваться бегущей строкой, особенно для передачи важной информации. Текст в бегущей строке запоминается почти на 20% хуже статичного текста и требует существенно больше времени для распознавания и восприятия.

Не менее важна и работа с цветами. С каждым цветом связаны те или иные эмоциональные реакции. Это знание используется опытными дизайнерами, чтобы пробудить в зрителе определенные ассоциации.

Ассоциативные ряды, связанные с цветами:

Красный: страсть, жестокость, огонь, война, любовь, опасность.

Оранжевый: энергия, движение, изменение, живость, приветствие.

Черный: порядок, изящество, сила, тайна, искушенность.

Белый: чистота, опрятность, доброта, ней-

тральность.

Желтый: счастье, робость, надежда, осторожность.

Зеленый: земля, рост, изобилие, стабильность, богатство, свежесть.

Синий: корпоративность, печаль, спокойствие, мир, надежность.

Пурпурный: достоинство, воображение, роскошь, романтика.

Учитывая эти знания при создании макетов, Вы создаёте у зрителей определенный настрой, что помогает правильно донести необходимую информацию.

Применение технологии Digital Signage стало значительно доступней из-за снижения стоимости многих компонентов, и поставщики напитков идут на оплату данных проектов из маркетинговых бюджетов.

Создание и использование систем Digital Signage открывает новые возможности для улучшения качества обслуживания, повышения проходимости, стимулирования продаж, оптимизации процессов и, как следствие, значительного увеличения прибыли кинотеатров.

Квалификация персонала

Кинобар - это не банк и не международная финансовая корпорация, но определенные навыки у персонала должны быть. Проблема усугубляется тем, что среди персонала кинобара крайне высока текучка и доля временно работающих, например, студентов.

В обучении существуют два подхода: пассивный и активный. При пассивном обучением новых сотрудников занимаются «старички». Это, без сомнения, экономит средства предприятия, но гарантирует худший результат. Обучение персонала должно быть организовано внутри сети силами специального отдела или выделенного тренера, либо такое обучение надо заказывать на аутсорсе. На этом специализируется несколько компаний.

Обучение персонала кинобара можно разделить на две части: это обучение технологиям, поскольку сотрудники кинобаров не только продают, но и готовят, например, попкорн, и это обучение искусству продаж. Обучение технологиям можно заказать у компаний–поставщиков оборудования и сырья. Как правило, такие компании предоставляют бесплатное обучение во многих крупных городах. А вот на обучение искусству продаж надо будет разориться, хотя это не Бог весть какие траты, и они, безусловно, окупятся сторицей.

Персонал кинобара должен работать в тесном сотрудничестве с отделом кинопроката, заранее узнавать о предстоящих премьерах, готовиться к ним, например, закупая стаканы с кинографикой, что делает привычную продукцию еще привлекательнее для кинозрителя. Материальное стимулирование сотрудников кинобара также способствует увеличению продаж.

Маркетинг

Маркетинг в кинотеатре делится на несколько разных составляющих: во-первых, это внутренний и внешний маркетинг и, во-вторых, постоянный и периодический маркетинг.

Внутренний и внешний маркетинг

К **внутреннему маркетингу** относится все, что зритель видит и слышит в кинотеатре. Это вывески, расписание сеансов, навигация, цветографическая печатная и экранная реклама, звуковые объявления и т.п. Если же говорить о кинобаре, то маркетинг начинается с меню, тщательного подбора ассортимента, регулируемого выверенными годами законами; его красивого и правильного представления на менюбордах.

Но зритель может получить первый сигнал от кинобара еще до приближения к нему. Наклейки на кассах о спецпредложениях кинобара, воблеры, флайеры, тэйблтенсы, любой яркий и умелый сигнал повышает вероятность совершения покупки в кинобаре или может привести к увеличению её размера. Даже аромат попкорна в фойе кинотеатра относится к грамотному маркетингу

кинобара.

Внешний маркетинг - это рекламные объявления, любые упоминания в массмедиа, почтовый маркетинг, наружная реклама, интернет (сайт кинотеатра, информация о кинотеатре на различных справочных сайтах и в информационных проектах, странички в социальных сетях), сарафанное радио, наконец.

Постоянный и периодический маркетинг

Очевидно, что к **постоянному работающему относятся** интерьерные решения кинотеатра, подразумевающие лучшее продвижение проката и кинобара, включая в себя общее решение фойе и залов кинотеатра, расписание сеансов, меню кинобара, и даже выучка персонала относится к этой статье.

Периодические, временные элементы - это реклама конкретного фильма, проведение акций к фильмам с применением «ускорителей продаж», таких как топперы киногероев, различные лотереи и акции компаний–поставщиков пива, напитков и т.п.

Детальное описание маркетинговых законов и приемов не является предметом этой книги, это совершенно отдельная, сложная и интересная тема, но поскольку, в основном, мы рассказываем о кинобаре, то коснемся одного из видов маркетинга – хорошо работающих акций с топперами к фильмам.

Акции

Это понятие не так давно пришло к нам с запада и уже «на ура» принято ведущими киносетями. Что это? Предложение бесплатной порции чего-либо при покупке пары дорогих товаров или возможность получить бесплатно, или купить по сниженной цене игрушку к фильму, топпер (англ. topper) на крышку стакана с колой.

Топперы

А всевозможные семейные и детские наборы? Можно придумывать много всего привлекательного, но надо знать чувство меры: зритель не воспримет и не поймет более чем 2-3 спецпредложения.

Как проводить акции?

Прежде всего, о самых распространенных видах акций. Обычно это предложение комбонабора из большого попкорна и большой колы, при котором покупатель бесплатно получает топпер-игрушку.

Очень важно, чтобы на период проведения акции из меню кинобара исчезли аналогичные комбонаборы. Смысл акции в том, что стимулируется спрос на большие порции. Например, в обычной ситуации посетители предпочитают колу 0,5 литра и 85-ти унцовый стакан с попкорном. Себестоимость этого набора 35-40 рублей, продается за 250-300 рублей. Включенные в акцию 0,7 л стакан колы и 170-ти унцевое ведро с попкорном принесут в кассу кинобара 350-400 рублей (на 100-150 рублей больше), при увеличении себестоимости 10-20 рублей на колу и попкорн вместе (см. главу ЭКОНОМИКА КИНОБАРА), при этом лишние затраты кинотеатра составят 40-55 рублей на топпер. Общие лишние затраты, следовательно, 50-75 ру-

блей. Следовательно, дополнительная прибыль может составить 50-100 рублей на комбо, что в расчете на 1000 наборов (это обычная цифра для одного кинотеатра) принесет 50.000 – 100.000 рублей. Это лишь один из видов проведения акции, и финансовые результаты мы показали самые минимальные. Некоторым сетям удается даже не дарить, а продавать топперы по низкой цене, относительно цены в составе комбонабора.

Акция инициируется поставщиком товаров для кинобара, как правило, за 2 месяца до премьеры фильма. Надо заметить, что акции проводятся почти исключительно к фильмам, аудитория которых дети и подростки.

Акция начинается с рассылки по клиентам компании-поставщика флаера об акции, где изложены правила ее проведения, сроки, даны фотографии самих топперов, пластиковых стаканов для напитков и бумажных стаканов к фильму. Как правило, этот флаер, а также фотографии лучшего качества, более детальные описания, можно посмотреть на сайтах компаний–поставщиков.

Приняв решение об участии в акции, кинотеатр или сеть, исходя из опыта предыдущих акций, а также из своего видения успешности предстоящего фильма, делает заказ на топперы, стаканы и рекламные материалы. Как правило, при успешном проведении акции через один кинотеатр проходит от 500 до нескольких тысяч топперов, крышек на бумажные стаканы с углублением под топпер или адаптеров, позволяющих надеть топпер на бутылку с колой, пластиковых и бумажных стаканов.

Отгрузка заказа в кинотеатры осуществляется не позднее, чем за 1 неделю до акции для московских и питерских кинотеатров, за 2 недели для регионов, за исключением Дальнего Востока, и за 3-4 недели для самых отдаленных мест. В этом случае акция начнется своевременно и принесет максимальную прибыль.

Акция в кинотеатре начинается за 2 недели до премьеры. Что надо сделать? Несколько довольно простых вещей, от качественного исполнения которых зависит успех или провал акции.

1. Разместить рекламные материалы по акции в строгом соответствии с рекомендациями поставщика. Должны быть наклеены наклейки на кассы, лежать флаеры там же, в менюбордах должны быть заменены обычные слайды с рекламой на слайды к акции. Если кинотеатр использует электронные менюборды, то надо заблаговременно включить в трансляцию видеоролик к акции (и слайды, и ролики предоставляет поставщик топперов). В общем, все рекламные материалы должны занять предназначенное для них место, и все это должно быть хорошо видно посетителям.

2. Должен быть проведен тренинг персонала, всех смен. План акции и ее детали, как правило, есть в материалах поставщика,

поэтому задача администрации кинотеатра - точно и полно донести это до персонала. Обычно акция сопровождается конкурсами для барменов, подразумевающими награждение коллективов баров кинотеатров, продавших максимальное количество комбонаборов с топперами. Это очень хорошо работает, сотрудники стараются! Очень важно, чтобы правила проведения акции были распечатаны, висели в подсобных помещениях, были выданы в виде распечаток барменам. Стоит запомнить, что устное предложение купить комбо работает едва ли не лучше, чем вся остальная реклама акции.

3. Во время проведения акции топпер должен продаваться в кинобаре. По завышенной цене. Почему? Потому что, сложив в уме цену попкорна, колы и топпера, покупатель увидит, насколько выгодно комбо-предложение. А во-вторых, есть зрители с детьми, которые не покупают попкорн и колу по каким-то своим соображениям. И невозможность купить ребенку понравившуюся игрушку отдельно не скажется положительно на их восприятии кинотеатра.

4. После проведения акции важно подвести итоги и отправить поставщику результаты, чтобы он включил барменов в конкурс по акции, в случае выигрыша которого персонал получит ценные призы и подарки. Это очень ценится и запоминается, и в следующий раз бармены будут продавать комбо с удвоенным старанием.

Иногда после проведения акции в кинотеатре остается какое-то количество топперов. Не следует этого боятся. Можно организовать постоянную акцию «любимые герои», которая идет вне «топперных» премьер. Кстати, иногда у поставщиков тоже остаются топперы, которые можно выкупить по сниженным ценам и использовать для таких акций.

Стоит упомянуть еще один важный момент: акция образует эмоциональную взаимосвязь зрителя и кинотеатра. Забрав домой игрушку и стакан, он еще много раз увидит их, возьмет в руки, он вспомнит положительные эмоции при просмотре фильма и обязательно свяжет их с местом, где он их получил, – с Вашим кинотеатром!

Подведем итог: грамотно применяя различные маркетинговые приемы, можно увеличить выручку кинобара на десятки процентов. Это основное. Нет сомнений, что в ближайшие годы к нам придут такие «фишки» с Запада, как почтовые рассылки по ближайшим районам флаеров об акциях, совместные акции с поставщиками колы, завязанные на призовой товар при повторном посещении; лотереи и многое другое.

Снабжение

Рассматривая кинобар с точки зрения экономики, мы, прежде всего, выделим бесперебойное снабжение как важнейший фактор успеха. Грамотный расчет запасов, четкое составление и раз-

мещение заказов, отработанная обратная связь с поставщиком - вот залог успеха. При всей внешней простоте снабжения, ведь это не ресторан с десятками и сотнями ингредиентов, необходимо констатировать, что здесь есть свои нюансы. Прежде всего, это ограниченность объемов хранения кинобаров мультиплексов, которые, как правило, расположены в России в торговых центрах. Поэтому управляющий кинобара вынужден заказывать товар по минимуму, но так, чтобы хватило на уик-энд и до следующей поставки. Дело осложняется в новогодние каникулы, на которые приходится пик выручки кинобара, но во время которых поставщики, как правило, не работают.

Как обеспечить качественное снабжение? Прежде всего, необходимо подобрать надежных поставщиков: с пивом и колой все достаточно ясно, там поставляют владельцы выбранных брендов. Правда, управляющим небольших региональных кинотеатров стоит обратить внимание на один немаловажный момент, давно используемый большими сетями: компании, поставляющие газировку, и пивные компании имеют солидные маркетинговые бюджеты, которые они используют для того, чтобы получить клиента. В процессе переговоров и выбора этих поставщиков от них можно добиться существенной выгоды, например, оснастить свой кинобар традиционными менюбордами или даже менюбордами с использованием технологии Digital Signage за их счет. Не забывайте про эти моменты.

Что касается поставщиков ингредиентов для производства попкорн, начос и т.п., то здесь стоит выбирать компании, предлагающие комплексное обслуживание, потому что ситуация, когда одна компания привозит зерно, другая - упаковку, а третья – масло, совершенно неприемлема. Одно из звеньев окажется слабым, и кинобар останется без сырья в момент премьеры блокбастера. Кроме того, обратите внимание, что компания-поставщик должна обладать развитой инфраструктурой, в том числе междугородней, в случае с федеральными сетями, идеально отлаженной службой логистики, достаточными складскими запасами. Конечно, стоимость сырья тоже играет значительную роль, но с учетом наценок, доходящих в бизнесе кинобара до тысяч процентов, на первое место все-таки выходит надежность.

Барные стойки для кинобара

Дизайн и варианты барных стоек

Интерьер помещения - первое, на что обращают внимание посетители кинотеатра или кинокомплекса. Профессиональный подход к созданию любого интерьера предполагает завершенное дизайнерское решение, когда из разных элементов формируется единое целое и без внимания не остается ни одна деталь. Только так в кинотеатре удается создать единое стилевое пространство. Именно поэтому вопрос оформления интерьера помещений и проектирования бара необходимо решать в комплексе. Являясь ключевым элементом в интерьерном ансамбле кинотеатра, линия бара должна создаваться с учетом гармоничного сочетания ее функций и эстетических качеств.

Барные стойки выгодно подчеркивают достоинства и специфику кинотеатра. Необходимо учитывать сопутствующее художественное оформление стен, полов и потолков фойе кинозала, его декоративное освещение. Все эти элементы, собранные воедино в одну стилевую композицию, позволят максимально «обыграть» барную стойку в общем интерьерном ансамбле.

Барные стойки могут быть представлены в различных ценовых категориях.

Самый простой и недорогой вариант - барные стойки из ламината. Средняя стоимость погонного метра стойки составляет 300-500$. Обычно такую барную мебель заказывают государственные кинотеатры, которые пока не подлежат реконструкции и функционируют в «советском формате».

Для кинокомплексов и кинотеатров, располагающих более широкими финансовыми возможностями, предлагается барная мебель, изготовленная из пластиков высокого давления, имеющих отличные декоративные и эксплуатационные характеристики. В этом случае стоимость погонного метра варьируется от 500$ до 850$ в зависимости от категории пластика.

Для заказчиков, стремящихся создать эксклюзивный кинобар, не похожий на заведения конкурентов, предлагается третья категория стоек, самая дорогая и изысканная, в которой верхнюю границу стоимости погонного метра сложно указать заранее. В каждом случае она определяется конкретным проектом. Речь идет о моделях стоек, выполненных на основе металлокаркаса и с применением шпона, массива дерева, мрамора или гранита, а также разнообразных современных материалов, таких как ударопрочное стекло, литьевой и листовой камень, металлизированные пластики и т.д.

Применяемые материалы

В линии кинобара каждая деталь имеет значение, любая составляющая может играть решающую роль, приковывая к себе внимание посетителей. Поэтому в каждом случае необходимо найти наилучший вариант сочетания стиля и формы, способных материализовать задуманное. Цвет и фактура используемых материалов могут обыгрываться в каждом проекте совершенно поразному. Чрезвычайно интересные комбинации получаются при сочетании разнотипных материалов: перфорированной нержавеющей стали, пластиков высокого давления, ударопрочного стекла, массива дерева и др. Каждая индивидуальная барная стойка в результате являет собой настоящее произведение искусства.

Пластик - это материал средней ценовой категории, именно поэтому на сегодняшний день он является одним из самых популярных материалов, используемых в производстве барной мебели, что также обусловлено и его уникальными свойствами. Среди них: высокая устойчивость к образованию царапин и воздействию разнообразных химических реактивов, а также бытовых «агрессивных сред», таких как кофе, соки, вино, вода; механическая прочность к статическим нагрузкам. Пластик отличается высокой термо- и влагостойкостью. В то же время этот материал

относится к разряду экологически безопасных: он совместим с продуктами питания, не поддерживает горение. Коллекция декоров пластиков включает расцветки натуральных пород дерева, гранита, мрамора и т.д. Для минималистского дизайнерского решения подойдут разнообразные однотонные цвета.

Следует заметить, что пластики также различаются многообразием типов обработки поверхности, имитирующей структуру камня, дерева, песка и др. Срок эксплуатации стоек, выполненных из пластика высокого давления, благодаря особым техническим характеристикам этого материала, достаточно высок, он составляет порядка 10-15 лет. Сам же пластик не теряет заявленных для него эксплуатационных свойств порядка 25 лет. При отделке фасада наряду с пластиком могут быть использованы графические изображения (фотографии, картины) или мозаика.

Для тех, кто ориентируется на изготовление респектабельной, выполненной из натуральных материалов барной стойки, следует обратить внимание на такие благородные и дорогостоящие породы дерева как орех, дуб, бук, красное дерево. Дерево прекрасно сочетается с гранитом и мрамором. Хорошо востребован также и искусственный камень, представляющий собой сплав акрила и натурального каменного композита, что позволяет ему иметь изысканный внешний вид и высокую износостойкость. Искусственный камень - материал эксклюзивный, его цветовая палитра практически неограниченна. Это свойство позволяет подобрать цвет камня, подходящий под любой материал, применяемый при производстве барной стойки.

Одним из популярных сегодня направлений оформления барных стоек в кинотеатрах является стиль «хай-тек». В этом случае, благодаря использованию разнообразных металлизированных пластиков, хромированных молдингов, элементов из цветного оргстекла можно создавать уникальные дизайнерские решения. Особую красочность таким композициям придают декоративные элементы, выполненные из светорассеивающих пластиков в связке с люминесцентными и галогеновыми светильниками.

Прозрачное, тонированное, матовое, пескоструйное стекло широко используют не только в элементах фасада барной стойки, но и в оформлении пристенного модуля, гостевой столешницы.

Материалом для изготовления рабочей столешницы обычно служит нержавеющая сталь, которая наилучшим образом удовлетворяет всем современным гигиеническим стандартам.

Конструкция самой стойки обычно выполняется из ДСП или металлического каркаса со специальным антикоррозийным покрытием. Для отделки цокольных частей баров применяется листовая нержавеющая сталь или пластик.

Конструкция и технологическое оснащение барных стоек

Основные требования к проектированию кинобара таковы: барная стойка должна быть функциональной, иметь хорошо продуманную эргономику и соответствовать по своему дизайну общему интерьеру помещения. Кроме того, барная стойка должна иметь безупречный вид на протяжении длительного времени эксплуатации в режиме нон-стоп.

Традиционно любая кинобарная стойка включает в себя модули передней и задней линии.

Передняя линия состоит из фасадных панелей, рабочей столешницы, предназначенной для приготовления напитков и формирования заказов посетителей, а также включает ряд встроенных шкафчиков для хранения расходных материалов: посуды, салфеток и т.п. Подобная конструкция заметно улучшает эргономику рабочего места бармена. Под рабочей столешницей может располагаться необходимое технологическое оборудование: льдогенератор, посудомоечная машина, холодильные шкафы, кеги для пива. Иногда элементом передней линии являются кондитерские и охлаждаемые витрины различного типа. Конструкцией стойки должно быть предусмотрено размещение кассовых терминалов.

Пристенный модуль (задняя линия) состоит из двух секций. Верхняя часть является демонстрационной и служит для экспозиции широкого ассортимента напитков, кондитерских изделий и чипсов. Как правило, в зависимости от конкретного проекта, она комплектуется несколькими уровнями регулируемых по высоте полок. Нижняя часть представляет собой ряд тумб со столешницей из нержавеющей стали. Съемные кронштейны позволяют устанавливать на рабочую поверхность пристенного модуля любое «габаритное» оборудование: аппараты для приготовления попкорна, витрины начос, постмиксы и т.д. В нижней части пристенного модуля может быть размещены охлаждаемый стол и моечная ванна. Если барная стойка имеет одну широкую клиентскую столешницу, на тумбах модуля обычно размещается оборудование для приготовления чая, кофе или горячего шоколада.

Освещение

Освещению в кинобаре придается особое значение. Известно, что данный фактор ощутимо влияет на эмоциональный настрой посетителей. Поэтому световой дизайн должен быть также тщательно продуман, ведь он являет собой творческую композицию из направленных лучей или слоев света (часто цветного) и выделяемых им поверхностей интерьера. Свет в пространстве любого интерьера может комбинироваться самым неожиданным образом, создавая то интимную, то яркую и торжественную атмосферу. Все зависит от стилевой направленности заведения. Поэтому

в каждый проект дизайна бара включается концепция его освещения. Современные варианты освещения предлагают комбинацию общего и направленного освещения.

Для равномерного светового оформления кинобара в центральной его части устраивают зону искусственного освещения, являющуюся элементом декоративного убранства, а по периметру размещают скрытые источники света. Освещение, расположенное на нужном уровне, не слепящее, - наиболее важный фактор в создании приятной атмосферы.

Чрезвычайно распространен прием, когда подсветка проецирует концентрированный свет на гостевую столешницу стойки. Тогда световые участки выступают в роли своеобразных центров притяжения. Для этих целей применяют направленные светильники с металлогалогеновыми лампами и натриевые лампы высокого давления. Направленные светильники очень выгодны в использовании, они отличаются суперэкономичным потреблением энергии. Акцентное освещение, как показывает статистика, вызывая интерес публики, привлекает в бар дополнительных клиентов.

Мебель

В едином стилевом решении к барной стойке подбирается комплект мебели для кинотеатров: кресла, столы, стулья и барные табуреты, выполненные из натурального дерева, металла или пластика от лучших российских и европейских производителей (Франция, Германия, Австрия, Италия).

Заказ и этапы работы над барной стойкой

Моделей и видов барных стоек для кинокомплексов существует великое множество. В выставочном зале компаний-поставщиков представлен ассортимент образцов материалов, используемых при изготовлении кинобаров.

Для снятия контрольных замеров и выяснения пожеланий заказчика дизайнер выезжает на объект.

После сбора всей информации, необходимой для составления проекта (габариты помещения, размещение точек подвода канализации, воды, электричества и прочее), принимая во внимание пожелания клиента по комплектации и отделке барной стойки, дизайнеры подготавливают проект стойки с учетом встраиваемого оборудования и эргономики рабочего пространства.

При проектировании барных стоек выполняется их трехмерное моделирование. В результате заказчик должен получить максимальное представление о конструкции, которую можно скорректировать в зависимости от его дальнейших пожеланий. Вместе с дизайн-проектом заказчик получает ориентировочную спецификацию на барную стойку и технологическое оборудование.

После внесения корректив, пожеланий и дополнений дизайнеры предлагают вариант проекта, выполненный в цвете. При обоюдном согласии сторон подписываются рабочие чертежи и соответствующие договоры.

Экономика кинобара

Набросаем картинку широкими мазками. В процентном соотношении валовая выручка распределяется примерно следующим образом:

Таким образом, попкорн занимает первое место (32-43%), пиво (12-30%) и кола (10-22%) делят второе и третье. На четвертом месте напитки в бутылках и пакетах, соки, вода, холодный чай (4-11%). На начос приходится почти 8% продаж, все остальное значительно меньше.

А каковы же наценки на эти продукты?

Попкорн

Себестоимость порции попкорна складывается из стоимости зерна, масла, соли и стакана. Стоимостью электроэнергии и труда по приготовлению (но не сбыту) можно пренебречь в силу их незначительности. Возьмем самый популярный размер порции, 85 унций. И рассчитаем себестоимость, исходя из розничных цен на сырье компаний-поставщиков. На импортный товар цена приведена в долларах. Пересчет на рубли осуществляется по курсу: 29,14 рублей за 1 доллар.

Зерно кукурузы (бабочка), КР - коэффициент расширения 46+, мешок 22,68 кг (США) – 32,16 долл. (937,14 руб.)

Масло кокосовое, с бета каротином, бидон 22,00 кг (Сингапур) – 96,37 долл. (2808,22 руб.)

Сеть кинотеатров №1

Попкорн	Пиво	Вода в розлив	Вода бутилированная	Еда	Начос	Чай, кофе	Остальное
36,40%	18,61%	11,68%	9,24%	7,80%	7,67%	2,64%	5,96%

Сеть кинотеатров №2

Попкорн	Кола в розлив, стекло и пластик)	Пиво	Напитки (все остальное кроме Колы)	Начос	Прочее	Еда (без начос и попкорна)	Остальное	Чай, кофе	Остальное
42,58%	15,43%	11,97%	11,64%	7,75%	4,37%	2,40%	2,13%	0,65%	1,08%

Сеть кинотеатров №3, региональная

Попкорн	Пиво	Кола	Вода	Алкоголь	Еда	Чай, кофе	Остальное
33,97%	30,4%	22,48%	3,96%	3,55%	2,85%	2,79%	0%

Соль желтая, 0,992 кг (США) – 3,63долл. (104,90 руб.)

Стакан 85 унций (Россия) – 0,335 долл. (9,76 руб.)

Из 1 кг зерна с таким КР в условиях кинобара получается примерно 42 литра попкорна. То есть из мешка весом 22,68 кг - 952 литра.

1 бидон масла уходит на 3 мешка зерна, следовательно, на один мешок кукурузы уйдет 1/3 бидона масла, то есть 2808,22:3=936,07 руб.

То есть себестоимость 952 литров попкорна составляет 937,14+936,07=1873,21 руб.

Объем 85-ти унцового стакана примерно 3 литра. 1 литр попкорна будет стоить 1873,2:952=1 руб. 97 коп. Таким образом, попкорн в стакане стоит 1,97х3=5 руб. 90 коп.

Добавим 5 граммов соли, то есть с большим запасом, 53 копейки на порцию, и сам стакан, 9,76 рублей. Итого: 15руб. 66 коп.

Какова продажная цена стакана 85 унций? В Москве около 150-250 руб. и более, в регионах 80-200 руб. То есть наценка может составлять до полутора тысяч %.

Начос

Себестоимость порции складывается из стоимости чипсов, соуса и подноса. Пятикилограммовая коробка кукурузных чипсов на сегодняшний день стоит 1091,48 рублей; коробка с сырным соусом (50 штук по 100 граммов) – 1274,63 рубля; коробка со 100 подносами – 435,60 рублей.

Таким образом, порция чипсов в расчете на 100 грамм (Россия) – 21,83 руб.

Сырный острый соус (Россия) – 25,49 руб.

Поднос (Россия) – 4,36 руб.

Итого: 51,68 рублей. Цена реализации в Москве 190-220 руб., в регионах 140-170 руб.

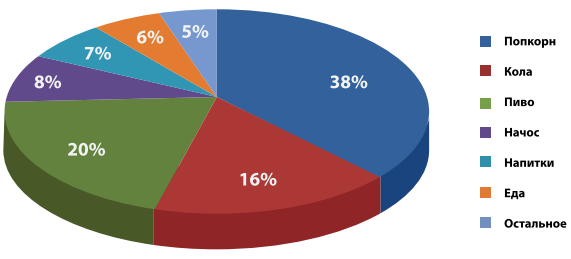
Это означает, что только минимальная наценка уже более 220 %.

После того, как мы узнали маржинальность всех основных товаров в кинобаре, посмотрим, **Что приносит кинобару основную прибыль?**

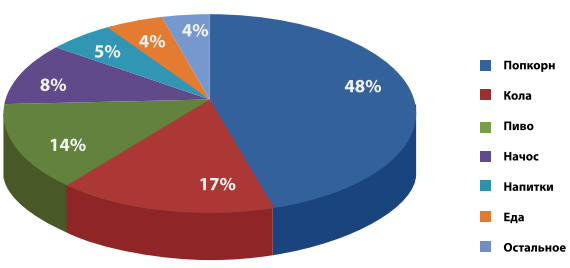
В таблице и диаграммах ниже приведены средние данные по трем российским сетям, наглядно показывающие, какие товары какую прибыль приносят кинобару.

Товар	Доли	Средняя	Маржа	Выручка 100.000 руб	Маржа, руб	Маржа, %
Попкорн	32-43%	38%	90%	38 000	34200	48
Кола	10-22%	16%	75%	16 000	12000	17
Пиво	12-30%	20%	50%	20 000	10000	14
Начос	7-8%	8%	75%	8 000	6000	8
Напитки	4-11%	7%	50%	7 000	3500	5
Традиционный фастфуд	3-8%	6%	50%	6 000	3000	4
Остальное		5%	50%	5 000	2500	4
ИТОГО		100%	440%	100 000	71 200	100

Выручка



Маржа



Пиво

Закупочная цена за 1л может быть такой, например: Хайнекен – 123 руб., Бочкарев – 58 руб. Продажная цена бокала 0,5 л: 150 руб. (Хайнекен) и 80-100 руб. (Бочкарёв). Таким образом, наценка может составлять 240-340%.

Стоит отметить, что кинотеатры приобретают сырье значительно дешевле указанных здесь цен, то есть реальные наценки куда больше. **Скидки по ряду позиций могут достигать 30% и даже 40%!**

Кола

Официальной розничной цены на нее не существует. В таблице приведены средние данные:

Стакан, л	Себестоимость, руб	Цена реализации в Москве, руб	Цена реализации в регионах, руб
0,4	17	50-70	50-70
0,5	17-22	70-85	50-80
0,8	36	85-95	80-95

Таким образом, наценка чаще всего составляет 300% и более.

Так что, основа основ прибыли кинобара - это попкорн, начос, кола и пиво, как видите. Это связано, прежде всего, с тем, что эти товары готовятся или сервируются в кинобаре, и подаются в упаковке, которая в других местах не встречается. Потребитель относит этот снэк не просто к товару, но и к сервису, как в ресторане, кафе. Потому что при нем его приготовили и сервировали, значит, имеют право поставить высокую цену, включив в нее сервис. Никто не будет сравнивать в уме стоимость попкорна в кинотеатре и в магазине.

Поэтому ни в коем случае нельзя допускать ситуации, чтобы зритель купил вместо попкорна что-либо другое, с меньшей наценкой, картофельные чипсы или конфеты, например. Второстепенные продукты появляются в меню кинобара, по крайней мере, основного, вынужденно. Они создают видимость ассортимента, а задача управляющих кинобаром постараться минимизировать вторичный ассортимент в глазах потребителя, сделать его менее привлекательным и подвести их к выбору попкорна. А вот если это не получилось... что ж... тогда чипсы, пожалуйста.

Еще один очень важный аспект: соленое (попкорн, начос) и сладкое (сладкий, карамельный попкорн) возбуждают аппетит и вызывают жажду. То есть потребление этих снэков неминуемо приводит к покупке колы или пива. В большинстве своем зрители на среднестатистическом сеансе не в первый раз пришли в кино, не в первый раз купили попкорн. У них уже есть опыт потребления этого продукта и поэтому они заранее знали про свои еще несостоявшиеся ощущения, про будущую жажду и купили вместе с попкорном колу. Разумеется, колу могут купить и не по этой причине, но очевидно, что в паре эти товары работают эффективнее.

Сладкий попкорн менее прибылен, чем соленый, но его покупают охотнее, особенно карамельный. В этом интересное отличие: в США сладкий попкорн в кинотеатрах вообще нераспространен, в Европе продается в основном только сладкий, а у нас 50% на 50%.

И под конец этого раздела коснемся очень важного момента: размер порций. В мире известны 7 размеров стаканов для попкорна, от 24 до 170 унций или от 0,75 до 5 литров. И бесчисленное множество видов пакетов. Ни в коем случае не стоит вводить много видов порций в меню кинобара, только 3, максимум 4 вида. Большее количество дезориентирует покупателя, он потратит больше времени на выбор и будет сомневаться потом, правильно ли он сделал. Задача кинобара максимально продвигать, способствовать выбору бОльших порций разными путями: акциями, работой с персоналом, рекламой. Почему? Потому что, покупая большую порцию, посетитель оставит в кинобаре больше денег. Все очень просто, все лежит на поверхности, но многие об этом не знают или не придают большого значения.

Другие продукты

Какова картина по остальным продуктам? По сахарной вате еще лучше, но ее покупают мало: слишком специфичное лакомство. На упакованные фабричным образом товары, то есть конфеты, чипсы, соки, воду наценка совсем маленькая, потому что на эти продукты цена хорошо известна, кроме того, их можно купить в том же виде и в магазине. И хотя цена в кинобаре может быть выше, чем в супермаркете и палатке, но продавать слишком дорого нельзя, просто не купят. Мало того, в голове сформируется соответственное отношение к этому кинобару и, следовательно, к кинотеатру. С этим надо быть очень осторожным.

ФАСТФУД В КИНОТЕАТРЕ

Остановимся чуть подробнее на меню вспомогательного бара или кафе в кинотеатре. В многозальниках, особенно с хорошей проходимостью, при наличии свободных площадей введение фастфуда и даже блюд «на заказ» целесообразно и оправданно. В организации такого типа бизнеса в кинотеатре существуют два подхода: без кухни и с кухней.

Без кухни

Если организация кухни невозможна (а часто и финансово неоправданна), то меню будет ограничено блюдами, которые можно приготовить в баре, или готовыми блюдами, приобретаемыми на стороне, которые остается только разогреть. Что можно предложить в таком случае? Пицца, суши, картофель фри, хот-дог, сэндвичи и т.д.

Пицца

Витрина-мерчендайзер с увлажнением, для пиццы модель 5550 Gold Medal, USA

Поскольку нет кухни, то необходимо использовать замороженные полуфабрикаты. Доготавливать их можно несколькими путями. Наиболее прогрессивный - это использование недавно появившихся на мировом рынке комбо-печей. Эти печи одновременно действуют на продукт микроволновым излучением, принудительной конвекцией и инфракрасным излучением. В результате время приготовления фантастически мало. Например, пиццу из замороженного полуфабриката эти печи готовят за полторы минуты. Порцию картофеля фри – за 30 секунд.

Эти печи дороги, но давайте посмотрим экономику: в Москве цена реализации пиццы 350 граммов, 30 см в диаметре, от 400 руб. Цена полуфабриката – 50-100 руб. Наценка, таким образом, 300-350 руб. Средняя реализация для 8-10-ти зальника – 50-100 штук в день. Таким образом, только на пицце кинотеатр сможет зарабатывать 200-400 тысяч рублей в месяц. Упомянутые печи стоят порядка 300 тысяч рублей и потребляют от 5 кВт. Бывают как на 220 В, так и на 380 В. Одна из лучших печей на этом рынке - модель MXP от компании Menumaster (США).

Модель MXP . Menumaster, USA

Как альтернативу можно использовать менее мощные печи, совмещающие микроволны и конвекцию, например модель ACE14 от компании Amana (США). Такие печи дешевле в два раза, но и время приготовления другое – до 5 минут.

Модель ACE14 . Amana USA

Суши

Кто бы мог подумать еще 15-20 лет назад, что праздничное, очень специфичное, чисто японское блюдо победоносно ворвется в мировую ку-

линарию?! И если в Европе и США суши все-таки в основном присутствуют в меню японских ресторанов, то у нас суши можно найти практически везде, чуть ли не в столовых самообслуживания. Разумеется, они продаются и в кинобарах. Для кинобара суши хороши тем, что почти не требуют вложений в оборудование и площади и очень популярны, и востребованы. Мастер сушист и маленький суши-корнер - вот и все, что нужно.

Суши-корнер - это отдельная барная стойка или часть барной стойки вспомогательного бара, холодильная витрина, холодильник для хранения, рисоварка и нехитрый инструментарий для приготовления суши. Продукты для суши и расходные материалы доступны сейчас во всех крупных городах России. Мастеров-сушистов сейчас много, и запрашивают они за свою работу совершенно приемлемые деньги. В Москве это 30-40 тысяч рублей. Сколько может приносить суши-корнер? Опять же, в варианте для проходимого 8-10-ти зальника, выручка может составлять 20-30 тысяч рублей в день. Какие суши популярны? Конечно же, роллы! Калифорния ролл, ролл с угрем и бесчисленные вариации на эту тему. Опять же, как и в случае с попкорном, не стоит распыляться: будут проблемы с ингредиентами и сроками хранения низколиквидных продуктов.

Картофель фри

Что нужно для организации продажи этого блюда? Как и в случае с пиццей, есть два варианта. Если есть кухня, то повар без проблем будет делать это нехитрое блюдо во фритюрнице, которая входит в стандартное оборудование любой профессиональной кухни. Фритюрницы могут стоить от нескольких тысяч рублей за небольшие модели, изготовленные в Китае, до 300 и более тысяч рублей за тяжелые профессиональные фритюрницы, такие, как использует MacDonald's и другие серьезные фастфуды.

Фритюрница электрическая Pitco

Эти фритюрницы снабжены системой автоматической фильтрации масла, компьютером, подъемными лифтами для корзин. Такие агрегаты нужны для мест с высокой проходимостью, специализирующихся на продуктах фри, таких как: картофель фри, различные виды куриных полуфабрикатов в кляре и другие. Такие фритюрницы - это основное оборудование на кухне американского ресторана и кафе.

Блюда фри очень калорийны, тяжелы для желудка, но очень вкусны и недороги. Большинство этих блюд делается из полуфабрикатов, приготовленных на огромных фабриках-кухнях и попадающих в рестораны в замороженном виде. То же самое происходит и с картофелем фри, никто не режет картофель в ресторане, все покупают замороженный полуфабрикат.

Раз уж есть фритюрница, то в меню могут быть введены и другие популярные блюда, готовящиеся во фритюре: куриные наггетсы, например, или крылышки «Buffalo wings».

Мы говорили об этих блюдах с учетом того, что в нашем распоряжении есть кухня и повар. А если нет? Тогда эти блюда из полуфабрикатов можно готовить во все тех же печах, которые

подробно описаны в разделе, посвященном пицце. Время приготовления картофеля фри в печи МХР составляет 30 секунд. Останется только сервировать готовый продукт в специальный порционный стаканчик.

Другие блюда из полуфабрикатов готовятся не намного дольше. А что делать, если такой печи нет? С недавних пор мировая индустрия оборудования для общественного питания предлагает решение и для такой ситуации. Американская компания PerfectFry, один из мировых лидеров в производстве «тяжелых» фритюрниц, выпускает автоматические и полуавтоматические фритюрницы со встроенной системой очистки воздуха. Такие фритюрницы привлекательно выглядят, в силу высокой автоматизации процесса персонал легко обучается работе с ними, а, главное, их можно ставить прямо в кинобаре. Встроенный комбинированный фильтр из угля, скорлупы кокосового ореха и специального синтетического волокна убирает весь запах от готовящегося продукта и раскаленного фритюра внутри! Как работает эта машина? В приемное окно кладется порция замороженного картофеля фри, нажатием кнопки запускается программа, и через 3 минуты готовый картофель выгружается в лоток.

Фритюрный полуавтомат Perfect FRY

Для хранения замороженных полуфабрикатов, таких как пицца, картофель фри и т.п. можно использовать морозильные столы, морозильные шкафы или минибары, а также морозильные лари.

Морозильный стол без борта встраивается под рабочую поверхность барной стойки, а в исполнении с бортом может использоваться в качестве рабочей поверхности, либо его можно установить за барной стойкой у стены в качестве бэкбара. Производители предлагают морозильные столы глубиной 600-700 мм в 2-х, 3-х и 4-х дверном исполнении. Вместо двери можно установить выдвижные ящики.

Морозильный стол Hicold

Высокие морозильные шкафы (1840-2100 мм) устанавливают вдоль задней стенки за баром. Низкие морозильные шкафы или минибары (до 850 мм) встраиваются под рабочей столешницей барной стойки.

Морозильные лари являются наиболее бюджетным вариантом. Их можно встроить под столешницу барной стойки, в случае если крышка ларя выполнена в виде стеклянных дверей-купе, а над половиной ларя предусмотрен вырез в столешнице. Лари также можно установить вдоль стены за барной стойкой.

Морозильный ларь Polair

В настоящее время на рынке представляют оборудование для хранения замороженной продукции как российские, так и европейские производители. Среди российских производителей выделяются компании Polair и Hicold, в ассортименте их оборудования представлены морозильные лари, морозильные шкафы и морозильные столы. Европейское низкотемпературное оборудование представляет достаточно много компаний. Очевидным лидером при производстве инновационного и высококачественного оборудования для замораживания и хранения замороженных продуктов является Skycold (Финляндия).

Что еще нужно для продажи продуктов фри в баре без официантов? Витрина для выкладки, например, вот такая, от российского производителя ТТМ. Витрина имеет принудительную конвекцию и пароувлажнение, так что готовые продукты «проживут» в ней дольше. Достать продукты из нее может либо сам бармен, либо посетитель: доступ есть с обеих сторон.

Витрины тепловые настольные с пароувлажнением (ТТМ, Россия)

Хот-дог

Это простейшее блюдо таким, каким мы его знаем сегодня, было «изобретено» более 100 лет назад Гарри М. Стивенсом, одним из первых концессионеров, и с тех пор популярность хот-дога только растет. Стивенс организовал концессионный бизнес на бейсбольном стадионе. И вот однажды в один из холодных дней в начале 1900-х годов, обычное традиционное концессионное меню, состоящее из холодной содовой, мороженого и арахиса, никак не продавалось. У Гарри возникла идея, и он отправил кого-то из своих людей в близлежащие немецкие мясные магазины купить франкфуртеры (мягкая колбаска красного цвета). К колбаскам Гарри велел купить в местных пекарнях такое же количество длинных венских булочек. Разогрев колбаски в кастрюле с горячей водой, он вложил их в булочки и завернул в бумагу. Таким образом, покупатель мог удобно держать в руке «горячую сосиску в булочке».

Для введения хот-дога в меню необходимо приобрести один из трех типов оборудования, которые используются для приготовления и продажи хот-догов.

Роликовый гриль

К преимуществам следует отнести то, что сосиски на нем не просто греются, а поджариваются. Так вкуснее и ароматнее. Кроме того, вид жарящихся сосисок перед глазами - это уже реклама. Как правило, роликовые грили размещаются на барной стойке, непосредственно перед клиентами.

Роликовый гриль 8224 с наклонной поверхностью для лучшего обзора поджариваемых больших (по 115 г) сосисок-гурме. На гриль помещается 26 больших сосисок или 39 маленьких. Gold Medal, USA.

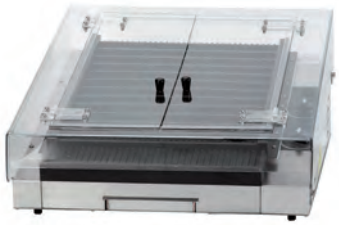
При таком размещении необходим еще sneeze guard - прозрачный защитный колпак, препятствующий попаданию на хот-дог посторонних веществ.

Роликовый гриль 8029 для поджаривания 18–ти больших сосисок, с камерой для булочек и защитным колпаком. Gold Medal, USA

Принцип работы гриля прост: внутри вращающихся трубок находятся ТЭНы, которые их и греют. Трубки бывают из нержавеющей стали

и со специальным антипригарным покрытием. Механизм вращающихся валов-роликов (от 7 до 10 шт.) обеспечивает равномерное обжаривание сосисок (от 12 шт. за один раз). Спустя 8-10 минут, необходимых для разогрева роликов, такой гриль входит в оптимальный температурный режим, и время приготовления одной партии сосисок составит не более 10 минут – рекордно короткий срок по сравнению с грилями других моделей, за счет плотного контакта продуктов с нагреваемой поверхностью.

Кроме роликовых известен другой тип грилей, приобретающий все большую популярность, близкий к ним по потребительским характеристикам и принципу работы: гриль с неподвижной наклонной или горизонтальной нагреваемой плоскостью, как правило, тоже покрытой антипригарным покрытием, над которой находится плита с прорезями под сосиски, совершающая возвратно-поступательные движения с амплитудой в несколько сантиметров. Благодаря этому сосиски движутся возвратно-поступательно по нагретой поверхности, обжариваются, не подгорая, приобретают «рисунок», а сок стекает на поддон.



Гриль 8160 с плоской быстроразогревающейся поверхностью для поджаривания сосисок, такитос и других быстрозамороженных снэков в виде трубочек и колбасок. Gold Medal, USA.

К таким грилям необходима камера с пароувлажнением для подогрева булочек и насосы-дозаторы для горчицы, кетчупа и майонеза. На рынке присутствует оборудование из США, России и Китая.

Гриль 8023 с защитным колпаком и камерой для булочек. Gold Medal, USA.

Насос-дозатор 5030 для соусов. Gold Medal, USA.

Карусельный гриль

Это оборудование проще, компактнее и дешевле, чем роликовые грили. Может быть размещено как на барной стойке, так и на пристенном модуле - задней линии бара. На рынке известны несколько моделей из США и аппараты от питерской компании Сиком. Как правило, камера для подогрева булочек входит в комплектацию.

Гриль карусельный ротационный 8102. Gold Medal, USA.

В карусельных грилях загрузка сосисок происходит в специальные «люльки» барабана, вращающиеся вокруг собственной оси внутри закрытой камеры. В то время как барабан делает один оборот, каждая из сосисок фактически переворачивается дважды и никогда не подгорает. Функция плавной регулировки температуры позволяет мощному электрическому ТЭНу, расположенному в верхней части аппарата, нагревать камеру и равномерно обжаривать сосиски со всех сторон. Сосиски нагреваются и остаются теплыми в течение длительного времени, при этом, не подгорая и не теряя влаги. Сочные сосиски привлекают внимание и пробуждают аппетит. В верхней же части находится и контейнер для разогрева булочек на основе паровой бани. Ротационные аппараты имеют большую вместимость по сравнению с роликовыми.

«Паровые домики»

Это самое простое оборудование для хотдогов. В паровых грилях осуществляется тепловая обработка сосисок и булочек горячим водяным паром. Размер камер в различных моделях аппаратов рассчитан на загрузку от 30 сосисок и 40 булочек до 700 сосисок и 100 булочек. Паровые грили компактные и легкие, что позволяет установить их на столе или технологическом прилавке.

Гриль «Супер Паровой Демон» 8012. Gold Medal, USA.

Остекленный паровой гриль и камера для булочек 8150.

Не рекомендуется использовать грили, на которых жарят сосиски в специализированных «хотдожных» местах: они требуют постоянного присмотра, чего нельзя обеспечить в условиях кинобара. Приведенные же выше устройства работают автономно, готовые компоненты хот-дога, булочка и сосиска, всегда под рукой. Надо только следить, чтобы они не перележали.

Сейчас хот-доги не очень популярны в кинобарах России. И, наоборот, очень распространены в кинобарах США. И особенно в концессионных продажах на стадионах во время матчей и других различных состязаний. С чем это связано? У нас не любят хот-доги? Если взглянуть на процветающие уличные сети по торговле хот-догами, то понимаешь, что любят. В чем же дело? Хот-дог не может быть третьим или пятым в меню вспомогательного бара. Проблема в том, что хот-доги не готовят на заказ. В любом из перечисленных выше видов оборудования сосиски и булочки хранятся в приготовленном, горячем виде. Долго они храниться не могут, сосиски заветриваются и усыхают, теряют привлекательный вид, а булочки черствеют. Единственный способ быть успешным в продаже хот-догов это специализироваться на них, сделать это блюдо главным или вторым блюдом бара. И очень основательно поработать над меню. Хот-дог - это не просто сосиска с булочкой, это еще и возможность выбрать соус: кетчуп, горчица или майонез, и желаемый топпинг: сухой поджаренный лук, нарезанный соленый огурчик.

Если все это свежее, постоянно в наличии, персонал умеет вкусно готовить и «вкусно» предложить, то слухи о необычайных хот-догах распространятся быстро, блюдо станет популярным, возникнет достаточный трафик, и проблемы с залеживанием и порчей продуктов исчезнут сами по себе. Хот-дог хорош в связи с минимальными инвестициями в оборудование и небольшой площадью, необходимой для его приготовления. Доступность и распространенность сырья также актуальны.

Стоит еще добавить, что для всех вышеперечисленных фастфудных блюд следует ввести для покупателей опцию «to go», «возьми с собой». Кто-то сможет взять стаканчик картофеля фри в зал, кто-то захватит пиццу домой. Для этой опции нужны: строчка на менюборде или в меню, необходимый запас соответствующей упаковки и обучение персонала. Услугу также можно и нужно предлагать в устной форме.

С кухней. Блюда «а-ля-карт», обслуживание официантами, полноценное кафе

Все чаще и чаще полноценное кафе становится частью кинотеатра. Для многозальников это уже правило. Мы не будем касаться вопросов технологического проектирования предприятий общественного питания. Этим занимаются специализированные компании, и именно им целесообразно это поручить. Дело в том, что проектирование производится не только в соответствии с многочисленными нормами, правилами, СНиПами, ГОСТами и СанПиНами, при несоответствии которым кафе не примут в эксплуатацию; но и в том, чтобы правильно организовать производственный процесс на кухне. Только на первый взгляд ресторанный бизнес кажется примитивным. Масса людей набили себе на этом шишки за последние 20 лет, пытаясь инвестировать лишние деньги или сделать ресторан-развлечение для жены и разорившись за месяцы. Ресторан, кафе - это сложнейшее предприятие, где воедино сплелись снабжение, логистика, производство, сервис. Правильное

функционирование всех составляющих во многом зависит от проектирования. В нем надо довериться профессионалам.

Мы же здесь коснемся наиболее «вкусных» пунктов меню кафе при кинотеатре. Оговоримся, что в последнее время при кинотеатрах открыто много ярких, интересных ресторанных концепций: это и пивные рестораны, и азиатские, и итальянские. Но это уже высокое искусство, удел успешных рестораторов, грамотных F&B директоров и специализированных консалтинговых компаний. Здесь речь пойдет о несложном варианте, просто «кафе».

Из нашего опыта наиболее востребованными блюдами являются:

- различные салаты. Многочисленные варианты «Цезаря» с курицей гриль или с креветками, другие салаты с наполнителями, которые дают сытость. Этими наполнителями могут быть кусочки куриного филе, говядины, лосося, креветки, теплый козий сыр и т.п. Лучше все это готовить на гриле, так красивее и вкуснее.

- различные виды Тех Мех (Текс Мекс, техасско-мексиканская кухня). Этим блюдам еще предстоит покорить Россию. Если сравнивать распространение блюд Тех Мех кухни в США и Европе с Россией, то становится понятным, чем будут заниматься наши рестораторы в ближайшие годы. Эта кухня незатейливая, быстрая, при этом очень вкусная и сытная. Для примера можно привести буритос. Начинка из обжаренных овощей и говядины, консервированной фасоли заворачивается в лепешки тортильяс (они широко представлены на рынке), которые охлаждаются и хранятся в холодильнике в достаточном на день количестве. При заказе их остается только разогреть и, возможно, придать рисунок на обычном или контактном гриле. Это минуты.

Кстати, овощной соус сальса и сырный начос – это мексиканская кухня, как впрочем и кукурузные чипсы начос, которые родились из мексиканской лепешки «Тортилья»

- сэндвичи, багеты. При наличии кухни их можно и нужно делать самим, не удовлетворяться полуфабрикатами. Как и с буритос, делают запас сэндвичей на день, а при заказе разогревают в контактном гриле

- плов. Новая модная тенденция в Москве - это блюда узбекской кухни. Растут, как грибы после дождя, различные дастарханы, чайханы, кишмиши и т.п. Не будем касаться всех блюд. Для кафе в кинотеатре может быть актуален только

плов: готовится заранее, долго хранится, мгновенно разогревается и подается, недорогие ингредиенты.

- бесчисленные готовые замороженные полуфабрикаты. Сейчас огромное количество блюд по всему миру готовятся, а потом быстро замораживаются и поставляются в таком виде для нужд индустрии питания. Широкий выбор такой продукции представлен во всех крупных городах России. Это куриные наггетсы, луковые кольца в панировке, палочки из моцареллы в панировке, перчики халапеньо в панировке, бедрышки и крылышки цыплят, многочисленные котлеты, шницели и различные другие полуфабрикаты.

И, конечно же, бесчисленное количество вариаций картофеля, прежде всего, картофеля фри.

Прямое обжаривание заморозки во фритюре – и через несколько минут готово вкусное и недорогое блюдо, оставляющее полное впечатление только что приготовленного на кухне. На первый взгляд, кажется, что эти полуфабрикаты обходятся дороже, чем блюда, сделанные своим поваром на кухне. Но это только если считать «в лоб». А если просчитать затраты на квалифицированный персонал, порчу продуктов, сложное и дорогое оборудование, необходимое для приготовления, то становится ясно, что проще и дешевле использовать полуфабрикаты. Тем более что именно на их использовании построена вся индустрия фастфуда в США. А там умеют считать деньги.

- ну, и конечно, все те же роллы и суши.

В заключение некоторое подведение итогов. Итак, основные правила создания меню:

1. Включать в меню только те блюда, которые готовятся быстро. Зрители кинотеатра приходят в кафе перекусить перед сеансом, либо поесть после, и они никак не расположены проводить здесь много времени, устраивать шумные и долгие застолья.

2. Соблюдать краткость меню. Сейчас почти ушли в прошлое меню, больше похожие на талмуды, которые были так популярны в 90-е. Они были ужасом для поваров, когда кто-то вдруг заказывал блюдо с …дцатой страницы, и начинались судорожные поиски ингредиента, который был куплен два года назад и благополучно стух в дальнем углу год назад. Только краткие меню, желательно иллюстрированные, умещающиеся на одной стороне листа А3, плюс листок со специальным предложением. И все!

3. Основывать меню только на постоянно присутствующих на рынке ингредиентах у надежных поставщиков. Недопустим ответ официанта: «М-м-м, … извините, сегодня это мы предложить Вам не можем».

ПОПКОРН

Что такое попкорн

Это кукуруза. Существует несколько ее видов. Самый распространенный - **зубовидная**, содержит поровну твердого и мягкого крахмала; из нее производят муку, крупу, корма, этанол и многое другое. **Крахмалистая** и с**ладкая кукуруза** состоит из мягкого крахмала. **Кремнистая** кукуруза, которую в США называют индейской, содержит только твердый крахмал. Попкорн – разновидность этой самой кремнистой кукурузы. Его оболочка настолько прочна, что выдерживает давление изнутри в 9 атмосфер! Русское название попкорна – кукуруза лопающаяся, и это полностью соответствует ее американскому наименованию: «поп» – это звук взрыва, а «корн» – американский аналог английского слова «маис», кукуруза.

Зерно кукурузы лопающейся, одетое в прочную, не пропускающую влагу оболочку, помимо крахмала содержит определенное количество влаги, чуть-чуть белка и жира. При быстром, интенсивном, но кратком нагреве до 170-240*С, как только вода и жир проходят точку кипения, вода внутри зерна превращается в перегретый пар. Давление нарастает, крахмал становится мягким, желеобразным, оболочка, в конце концов, лопается, пар вырывается наружу, расширяя крахмал и белок эндосперма и превращая все это в подобие пены. Пена остывает, застывает и превращается в знакомый хрустящий попкорн.

Увеличение зерна в объеме после взрыва очень ощутимо. От 35 до 48 раз - в зависимости от формы зерна и его сортности. Одно зерно после взрыва раскрывается неправильной формой, напоминающей цветок. Это «бабочка», самое «объемное» зерно, коэффициент его расширения может достигать 40 – 48 по метрическому тестеру, что означает, что 1 грамм зерна (это примерно 6,5 – 7 зернышек) расширяется до 40 – 48 куб. см. Другая разновидность зерна раскрывается шаром, это «машрум» или в иной терминологии «карамель», 1 грамм «машрума» вырастает в объеме до 35 - 38 куб.см. Для измерения расширения используется метрический тестер Cretors (США), модель MWVT, прибор, который позволяет измерить объем одного «взорванного» грамма зерна в кубических сантиметрах.

«Бабочка»

«Машрум» или «карамель»

Итак, попкорн, как видно из вышесказанного, - это, во-первых, полноценное зерно, во-вторых, углевод, крахмал, а в–третьих, абсолютно натуральный продукт. Полезный и сытный. Промышленная переработка зерна попкорна элементарна и заключается в том, что после уборки его высушивают до определенного процента влажности и калибруют, удаляют мелкие зерна и все инородные объекты, попавшие в попкорн с поля.

Из чего готовят попкорн

Из зерен кукурузы попкорн, масла, обычно кокосового, иногда с добавлением других масел, например, пальмового, и добавок. Для классического соленого попкорна это мелкодисперсная

соль, для сладкого - сахар и специальные добавки: антипригарные, красящие, ароматизирующие, вкусовые.

История

Попкорн – древний продукт, и тому существует множество свидетельств, найденных в ходе археологических раскопок. Самый старый индейский «попкорн аппарат» (датируемый 300-м годом нашей эры) представляет собой глиняный горшок с песком, который грели в костре. А когда песок раскалялся, в него зарывали зерна попкорна на короткое время, быстро ворошили и извлекали. Другой способ: можно было насадить початок на палку, полить маслом и поместить в костер или положить рядом. Зерна «взрывались» прямо на початке. Позже зерна закладывали в корзину из проволочной сетки (установлено, что американские индейцы уже 7000 лет тому назад прекрасно работали с металлами, медью и даже платиной) и держали, потряхивая, над костром.

Дошедшие до наших времен европейские письменные источники от 1512, 1612 и 1650 годов свидетельствуют о том, что индейцы не только ели попкорн, но и украшали им себя, свою одежду и свой дом. Отношение к попкорну было всегда уважительным, он почитался как хлеб на Руси.

Американские фермеры и члены их семей готовили попкорн над очагом или в камине в качестве особого угощения для детей и в праздники. К 80 годам 19-го столетия попкорн уже продавался уличными торговцами вместе с жареными каштанами и арахисом.

Для продажи использовались портативные передвижные уличные тележки с установленными на них жаровнями на древесном огне. Это было началом попкорн-индустрии, в том виде, в котором мы знаем её сегодня.

Конечно, попкорн рос не только в Америках. На Кавказе, юге России, в Китае – попкорн рос везде, где много солнца, подходящий климат и почва. В южной России и на Дальнем Востоке его жарили на масле между двух сковородок, в Китае – без масла в знаменитых углублениях дровяной плиты «вок». Специальных сортов не было, поэтому готовый продукт был похож на современный попкорн так же, как и китайская пороховая ракета на космический шаттл.

Попкорн на российском рынке

Как уже было сказано ранее, воздушную кукурузу в Советском Союзе делали из обычной кукурузы, помещая ее между двух раскаленных сковородок. Иногда добавляли масло, потом посыпали солью или сахаром. В силу невысоких вкусовых качеств, большого количества нераскрытых зерен и мелкого размера попкорна, распространение этого продукта было небольшим, встречался он в южных районах страны, на рынках.

Известно, что в 80-х годах в Молдавии был налажен выпуск попкорн аппаратов, имеющих все элементы современного аппарата. Но массового распространения они не получили, хотя и встречались какое-то время в ряде городов СССР.

В том виде, в каком он сейчас известен и любим в России, попкорн появился в 1991 году. И ввезла его Деловая Русь. Деловая Русь привезла не только попкорн, Деловая Русь привезла в Россию новый бизнес. Качественное зерно, качественное оборудование, технологии.

Появление в продаже всего необходимого для приготовления попкорна сопровождалось рекламой в прессе и на центральных телеканалах, и товар имел сногсшибательный успех. Тысячи людей, прожившие большую часть своей жизни при социализме и оказавшиеся в труднейших экономических условиях начала девяностых, в одночасье стали предпринимателями, владельцами своего бизнеса и даже работодателями. В то время попкорна в кинотеатрах не было, да и не было кинопоказа в современном варианте, к которому мы сейчас привыкли. Аппараты ставили на рынках, в магазинах, да и просто на улицах.

Казалось, что будущее этого бизнеса безоб-

лачно, но, к сожалению, некоторые предприниматели, видя успех Деловой Руси, последовали ее примеру, скопировали бизнес, но неудачно, поскольку повезли в Россию некачественное сырье, плохую кукурузу, они же рекомендовали использовать растительное, в том числе соевое масло, так как не привозили кокосового. В результате качество попкорна упало, люди перестали его покупать, многие бывшие успешные предприниматели разорились, закрыли свой бизнес. На смену эйфории пришло разочарование.

Долгие годы коллектив Деловой Руси, потратил на пропаганду качественного попкорна, рассказывал своим покупателям правила приготовления, разъяснял, почему необходимо пользоваться только качественным сырьем. И постепенно доверие покупателей возвращалось, попкорн снова появлялся в продаже. Некоторые предприниматели наладили выпуск упакованного попкорна, и он пришел на полки магазинов.

Новой эрой стало открытие 17 октября 1996 году в России первого кинотеатра современного типа, это был «Кодак-киномир», расположенный в Настасьинском переулке рядом с Пушкинской площадью, в помещениях конференц-зала издательства «Известия». Кинотеатр был оборудован современными проекторами и звуковой аппаратурой «долби», и, конечно, попкорн аппаратами. Это настолько отличало кинотеатр от остальных, что народ повалил валом. С тех пор современный кинотеатр всегда ассоциируется не только с качественным кино, но и обязательно с попкорном.

С годами открывались новые и новые кинотеатры, появились киносети. И обязательным атрибутом фойе кинотеатра стал кинобар с непременными попкорн аппаратами, как минимум двумя, один для сладкого, второй для соленого попкорна. Зритель узнал и полюбил попкорн как непременную составляющую просмотра кинокартины. Кинобар - это важнейший элемент бизнеса кинотеатра. Правильно организованный, с идеальным сочетанием снэков и напитков, он может приносить кинотеатрам до 50%(!) всего дохода.

В 2001 году компания Деловая Русь организовала праздник в честь десятилетия появления попкорна в России. Праздник прошел в Малом Манеже, рядом с Красной площадью. В присутствии официальных лиц и московского бомонда сотрудники компании за пару часов создали самую большую в мире картину из цветного сладкого попкорна. Это была копия известного произведения Петрова-Водкина «Купание красного коня». Картина имела размер 10 на 10 метров и была съедена присутствующими за короткий промежуток времени. Это рекорд занесен в книгу рекордов Гиннеса.

Константин Боровой и Аркадий Инин

Значимым моментом в истории попкорна в России стало появление технологии и смесей для карамелизации попкорна. У нас любят сладкое, и появившийся в продаже карамельный попкорн пришелся по вкусу покупателям. В процентном отношении россияне потребляют гораздо больше именно сладкого, в том числе и карамельного попкорна, чем, например, американцы.

Дальнейшее развитие попкорна в России пошло двумя путями: постоянное совершенствование оснащения кинобаров, других точек реализации попкорна концессионного типа и развитие промышленного производства упакованного попкорна и снэков на его основе для реализации через розничную сеть.

Современный этап развития попкорна в России характеризуется локализацией производства всего, что необходимо для этого бизнеса: сейчас в нашей стране производятся стаканы, всевозможные вкусоароматические добавки, карамельные смеси; фасуется в удобную тару кокосовое масло с бета каротином, налажено производство большого количества вспомогательного оборудования: подставок, витрин, компонентов производственных линий для карамельного и обычного попкорна. Начиная с 1993 года в России предпринимались попытки выпуска попкорн аппаратов, но по разным причинам они не получили большого распространения.

Деловая Русь продолжает привозить в Россию самое лучшее оборудование для производства попкорна от самых лучших мировых компаний Cretors (США) и Gold Medal (США), высококачественное зерно и добавки, обучать своих технологов за рубежом в мастер-классах ведущих специалистов, работать с российскими регионами и столичными специалистами.

Первая линия микроволнового попкорна появилась в России также в группе компаний Деловая Русь. Ассортимент выпускаемого компанией микроволнового попкорна приобрел такую популярность в магазинах страны, что на очереди стоит пуск второй линии.

Как делают

Попкорн может быть приготовлен как концессионным способом, так и промышленным. Под концессионным способом в попкорн индустрии понимается приготовление на месте: в баре, в кино, в буфете, в парке, практически на виду у покупателя. Соответственно и оборудование для такого производства называется концессионным.

Промышленное производство подразумевает приготовление в отдельном помещении – фабричном цехе или в условиях кустарного производства, то есть в месте, удаленном от места реализации. На промышленном сленге этот вид производства называют «пре-поппинг» (англ. prepopping).

Существует три основные технологии приготовления готового попкорна: путем нагрева в масле (1), в очень горячем, раскаленном воздухе (2) или в печи СВЧ (3).

Масляный способ

Первая и самая старая технология - это приго-

товление так называемым **масляным** способом.

Масляный способ еще называют влажным (англ. wet). Используются попперы с котлами, которые предварительно разогревают, закладывают ингредиенты, и спустя несколько минут попкорн начинает «попать», увеличивается в размерах, покидает котел и оказывается в приемном бункере. Обычно приемный бункер - это корпус самого аппарата. Он имеет большие застекленные стороны, сквозь которые попкорн отлично виден покупателю.

Master Pop (6 унций) Gold Medal, USA

Nugget (6 унций) Cretors, USA

EuroPop (8 унций), на тележке Gold Medal, USA

Pop-A-Lot (8 унций) Gold Medal, USA

Gay 90's Whiz Bang (12/14 унций) Gold Medal, USA

Такие аппараты часто используются в кинотеатрах, парках и т.д. Это, так называемое, концессионное оборудование. Как это ни странно, но более чем за век существования конструкция классического попкорн аппарата, так называемого «масляного», практически не изменилась. Несколько изменился способ прикрепления котла. Вернее, помимо подвесных котлов (англ. suspended), появились пьедестальные (англ. pedestal).

Подвесной котел аппарата Pop-o-gold Gold Medal, USA

Подвесной котел аппарата Mach 5 Cretors, USA

Подвесной котел аппарата Хедлайнер и Дипломат. Gold Medal, USA

Пьедестальный котел аппарата Cornado Gold Medal, USA

Подвесные котлы используются, как правило, в концессионном производстве, пьедестальные – в промышленном, хотя могут быть использованы и как концессионное оборудование, например, на открытых пространствах, на стадионах, в парках, когда нужно, чтобы аромат попкорна распространялся на большое расстояние. В этом случае пьедестальные аппараты устанавливают в корпусы с открытым верхом, как, например, в модели Stadium Cornado от компании Gold Medal (США) или в Open Top President от Cretors (США).

Stadium Cornado Gold Medal, USA

Open Top President Cretors, USA

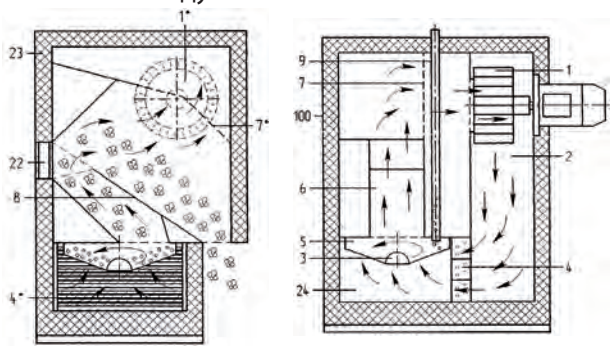
Воздушный способ

Второй способ, воздушный, используется при промышленном производстве попкорна, с последующей его упаковкой и реализацией через розничные магазины. Иногда в промышленности применяют и масляный способ раскрытия попкорна. Но, как правило, на больших производствах используют именно воздушный, поскольку он более экономичный: использование масла сокращается на 30%. Вкратце, этот способ заключается в продувании нагретого до приблизительно 200-240*С воздуха через вращающуюся перфорированную трубу, по которой по шнеку, расположенному на внутренней поверхности трубы,

поступательно двигаются зерна попкорна. Нагревшись, они раскрываются, и тем же винтом перемещаются в следующие устройства, в которых попкорн очищается от шелухи, а потом покрывается распыляемыми маслом и добавками.

Новый воздушный способ – Vortex Popping Technology

В 2009 году автор этой книги изобрел совершенно новую технологию воздушного поппирования, Vortex Popping Technology. По этому принципу создан новый аппарат Roboрор, представленный компанией Деловая Русь на главной выставке индустрии кино Синемакон в Лас-Вегасе в 2011 году.



Vortex Popping Technology заключается в том, что замкнутый в корпусе аппарата поток раскаленного воздуха, проходя через специальной формы дефлекторы в параболическом дне рабочей камеры, заставляет интенсивно двигаться зерно по кругу, ускоряя и улучшая передачу ему тепла. А после того, как зерно раскрывается, оно выносится вихревым потоком из рабочей камеры и покидает аппарат. За счет того, что раскрытое зерно пребывает в рабочей камере абсолютный минимум времени, попкорн получается не сухим, а нежным и, одновременно, по-киношному хрустящим.

Микроволновый способ

Третий способ, микроволновый, популярен в быту и похож на первый, влажный. Для приготовления в микроволновой печи используется небольшой бумажный пакет особой конструкции, в котором находятся зерна кукурузы, масло и добавки. Вшитый в одну из сторон пакета тончайший листок перфорированной фольги позволяет содержимому пакета разогреться до нужной температуры взрыва, а вырвавшемуся из зерна пару покинуть пакет, не разорвав последний, через небольшие отверстия в боковой склейке. Время приготовления зависит от мощности печи, в среднем это 3–5 минут, по истечении которых, в печи лежит двухлитровый пакет с горячим свежим ароматным попкорном вместо положенного туда плоского конвертика.

70% всех продаж попкорна в США – это микроволновый попкорн, 10% - концессионные продажи и 20% - реализация через магазины попкорна, произведенного промышленным способом.

Попкорн аппараты

Классификация аппаратов по размерам котла

Поскольку родина попкорна и попкорн аппаратов - США, то в мире принята американская система обозначения размеров котлов и порций, в единицах объема - унциях. Если указано, что аппарат шестиунцовый, это значит, что в него нужно закладывать (мерный стакан поставляется в комплекте с аппаратом), 6 унций зерна. Одна унция - это примерно 30 граммов, значит в 6–ти унцовый котел закладывается 6х30=180 граммов зерна. Из этой закладки получается в среднем 6 стандартных порций готового попкорна. Иначе говоря, одна унция сырого зерна превращается в одну порцию готового, которая помещается в один стандартный попкорновый стакан V 24 и весит примерно также 30 граммов. Таким образом, 6-ти унцовый котел готовит в одну загрузку 6 порций, 8-ми унцовый – 8, 12–ти унцовый - 12 и так далее. При этом нужно обязательно учитывать тот факт, что из зерна высшего качества в том же 6-ти унцовом котле может получиться не 6 порций, а 7 и 8,

и даже 9. При этом соответственно, порция будет по объему соответствовать стакану V 24, а вес ее будет гораздо меньше. В этом и заключается экономичность покупки именно высококачественного и более дорогого зерна: из него получается гораздо больше порций, а его вкусовые характеристики и текстура (нежность, хрусткость, полное отсутствие шелухи) неизменно выше, что не оставит покупателя равнодушным.

Подсчитать производительность любого аппарата с любым котлом в метрической системе тоже просто. В соответствии со стандартами считается, что за час котел выдает 20 загрузок. Умножив закладку в граммах на 20, получим производительность котла в граммах. Например, 48-унцовый аппарат за час произведет 20 раз по 48 унций: 48х20 закладок = 960 порций. Так как одна унция сырого зерна 29–30 граммов, то получаем 28-29 кг/ч. Такая вот арифметика. Но и здесь есть свои хитрости. Например, если аппарат оборудован насосом с подогревом, если конструкция котла и крышки такова, что позволяет быстро эвакуировать готовый попкорн, то количество порций может увеличиться: цикл приготовления идет быстрее, попкорн не теряет объема, не задерживаясь дольше в котле. Иначе говоря, более качественное оборудование и более качественное зерно, соответственно более дорогие, работают не против ваших доходов, а на них. О разновидности зерна и коэффициенте его расширения см. в главе СЫРЬЕ.

Аппараты бывают с котлами:

1. 4-8 унций. Это самый начальный вариант, может использоваться в барах (не кинотеатра!) или других предприятиях, где попкорн является не основным, а дополнительным снэком. Разовая загрузка в такие аппараты соответственно: 120, 180 и 240 граммов.

Fun Pop (4 унции) и EuroPop (8 унций) выглядят одинаково и различаются лишь объемом котла Gold Medal, USA

Kingery (6 унций) Cretors, USA

Bronco Pop (8 унций) Gold Medal, USA

2. 12 унций. Разовая загрузка 360 граммов. Эти аппараты уже подходят в качестве центра небольшого снэк бара в кинотеатре.

Antique Econo (4, 6, 8 унций) Cretors, USA

Pop Maxx (12/14 унций) Gold Medal, USA

3. 14-20 унций. Разовая загрузка 420-600 граммов. Самая распространенная на сегодня модель в российских кинобарах.

Astro 16 (16 унций) Gold Medal, USA

MachoPop (16/18 унций) Gold Medal, USA

Mach 5 (20 унций) Cretors, USA

4. Более 20 унций. Это уже «тяжелая артиллерия». Такие машины ставят в больших мультиплексах с отличной проходимостью. Судите сами: производительность в час более 300 литров попкорна, то есть более 400 порций по 0,75 л.

Pop-O-Gold (32 унции) Gold Medal, USA

Mach 5 (32, 48, 60 унций) Gold Medal, USA

Twin Medallion (2x52 унции) Gold Medal, USA

Концессионные попперы

Итак, концессионный аппарат с подвесным котлом состоит из корпуса, как правило, с большим остеклением, для того, чтобы готовый попкорн находился на виду у покупателей. Главная часть попкорн аппарата - это котёл, в котором и готовится попкорн. Нагревательный элемент, как правило, это ТЭН, прикрепляется к котлу снизу.

Котел аппарата 48 унций. Вид снизу, со снятой крышкой

Известны варианты котлов с газовым нагревом. Они используются там, где нельзя подключиться к электричеству, например на пляже. Да и самые первые аппараты использовали нагрев газовым пламенем. К дну котла, помимо ТЭНа, крепится термостат, который управляет включением-выключением ТЭНа, тем самым поддерживая заданную температуру. Как правило, это 220-240*С для солёного попкорна, 200–220*С для приготовления глазированного (используется профессиональная глазурь для попкорна) и 180-190*С для приготовления на чистом сахаре. Бывают аппараты с двумя термостатами, соответственно они предназначены для приготовления и сладкого, и солёного попкорна. Они имеют соответствующий переключатель. Снизу ТЭН с термостатом и проводами закрываются кожухом. В котле находится мешалка, она же ворошитель. Функция ворошителя следует из названия: постоянно перемешивать находящееся в котле масло и зерно, чтобы нагрев происходил равномерно. Ворошитель приводится в действие электродвигателем с редуктором, находящимся в верхней части аппарата. Котел имеет механизм опрокидывания, который позволяет выгрузить приготовленный попкорн. Кроме этого, в аппарате есть подсветка, подогрев дна аппарата, который позволяет держать приготовленный попкорн в нагретом состоянии, необходимые тумблеры управления нагревом, вращением ворошителя и подсветкой. Как правило, в дне аппарата есть небольшой бункер, куда попадают нераскрытые зерна.

PopClean (32 унции) Gold Medal, USA

Зерна попкорна вместе с кокосовым или пальмовым маслом, солью или сладкими добавками, основой которых является тростниковый или обычный сахар, закладывают в котел попкорн аппарата и нагревают. Зерно начинает взрываться уже при температуре 170*С, но оптимальный объем зерно «бабочка» получает в диапазоне от

220 до 240*С. Для машрума нужна температура повыше, однако есть такие сорта машрума, которые отлично раскрываются шаром и при 220*С. Вообще, что касается температуры, то многое зависит от влажности зерна и его сорта. Нормативная влажность 13,5-14% для бабочки и от 14% для машрума. Влажность в 15% используется для зерна, которое взрывают горячим воздухом. Под влажность настраивают оборудование и затем, если, допустим, поступает зерно от другого поставщика, обязательно его тестируют: проверяют фактическую влажность, количество зерен в 10 граммах и раскрывают в масле, измеряя полученный объем.

Как уже было упомянуто выше, для измерения коэффициента расширения попкорна в промышленности унифицировано используется метрический тестер MWVT, представляющий собой попкорн аппарат с котлом, в который, после его разогрева, закладывается вручную кокосовое масло объемом в 4 унции (это 0,118 л) и 250 граммов попкорна. Дно попкорн аппарата представляет собой воронку, соединенную с градуированным цилиндром длиной 101 см и диаметром 1,4 см, куда падает попкорн, покидая котел. На стенки цилиндра нанесены деления, по которым и определяется объем расширения. Тестер снабжен терморегулятором, благодаря которому можно менять температуру нагрева котла, если, например, нужно тестировать другую разновидность зерна.

Metric Weight Volume Tester Cretors, USA

Если у концессионера, либо производственника имеется желание работать на простом сахаре, то следует иметь в виду, что чистый сахар начинает гореть при температуре выше 176*С, поэтому надо использовать специальные профессиональные добавки, глазури, препятствующие этому, либо приобрести аппарат с настройкой температуры котла на чистый сахар и смириться с потерей объема готовой продукции. На современном рынке имеется хороший выбор аппаратов с переключателем температур под соленый и сладкий попкорн, а также аппараты, по умолчанию настроенные только на соль или сахар.

Выбор глазурей, содержащих, кстати, абсолютно натуральные природные эмульгаторы, которые не дают попкорну подгореть, представлен на рынке российскими и американскими смесями. Российские CorinGlaze и американские GlazePop ароматизируют, подслащивают, подкрашивают и глазируют попкорн, превращая его в красивый и ароматный шоколадный, карамельный, ежевичный, вишневый, малиновый и клубничный снэк.

Для тех производителей, которые предпочитают работать на чистом сахаре, но не хотят жертвовать объемом, существует антипригарная добавка Compound S, которая на самом деле та же самая глазурь, но с большим содержанием эмульгатора. Ее добавляют к сахару в количестве, примерно, 1/4 или 1/5 части от количества сахара.

Классическая технология закладки ингредиентов при масляном способе такова: в течение 3-4 минут разогреть котел, положить масло, добавки и попкорн. Время приготовления одной закладки – примерно 3 минуты. В час, таким образом, готовится 20 закладок. Но это достаточно условная цифра.

Классический процесс приготовления

Включаем нагрев котла. Через минуту–две котел нагреется и можно приступать. В первую очередь включаем вращение ворошителя, обычно это кнопка “motor”. Далее, кладем в котел масло,

даем ему расплавиться. Когда это произойдет, кладем меру кукурузы и засыпаем добавку (соль или сладкую добавку). Закрываем крышку котла. Через пару минут кукуруза начнет «раскрываться», что сопровождается характерными хлопками. Их будет всё больше и больше. Благодаря вращению ворошителя уже раскрывшееся зерно, сделавшееся более легким, будет подниматься вверх, и в какой-то момент таких зерен будет так много, что они начнут приоткрывать крышку котла и вываливаться на дно аппарата. Крышка аппарата должна быть подвижной, нетяжелой, чтобы выпускать попкорн и пар. У ведущих производителей оборудования крышка имеет форму бабочки, крылышки которой легко поднимаются (Gold Medal), либо в определенный момент сама крышка самопроизвольно поднимается вверх (Cretors).

Крышка аппарата закрыта

Крышка аппарата открыта

Есть модели, где оператор сам поднимает крышку и прикрепляет ее к магниту на «потолке» корпуса. Опытные операторы делают это в тот момент, когда зерна начинают бурно «хлопать» и активно шевелить крышку. Очень важно вовремя выпустить пар, иначе попкорн будет жестковатым и нехрустящим. Есть аппараты, где крышка поднимается автоматически. Следом за бурной активностью хлопки начнут раздаваться реже и реже, и в тот момент, когда интервал между ними составит 3-4 секунды, следует опрокинуть котел. Проследите, чтобы в котле ничего не осталось, для этого резко опрокиньте котел до упора еще раз или два, пока он не опустеет полностью. За те три минуты, пока готовится попкорн, желательно подготовиться к следующей закладке и иметь все ингредиенты под рукой. Нельзя оставлять раскаленный котел пустым, незамедлительно повторяйте закладку ингредиентов, если вы собираетесь продолжать готовить попкорн. Свежеприготовленный попкорн, упавший на дно аппарата, необходимо очень аккуратно, можно даже сказать нежно, поворошить сервировочным совочком движениями снизу вверх. Ворошение необходимо для того, чтобы нераскрывшиеся зерна, которых может быть от нескольких штук до нескольких десятков, в зависимости от сорта зерна, упали вниз, на дно. На дне, как правило, есть перфорированный участок, а под ним специальный отсек для лопнувших зерен и шелухи.

Нераскрывшиеся и плохо раскрывшиеся зерна упадут в поддон через специальные отверстия, а остальной попкорн будет готов к сервировке через 2-3 минуты, в течение которых он потеряет почти весь остаток влаги и начнет хрустеть. Постарайтесь не сломать попкорн, он очень хрупкий, особенно разновидность «бабочка».

Когда вы приступите к последней закладке зерна, выключайте нагрев в тот момент, когда котел наполнится раскрытым зерном, зерна будут активно шевелить крышку. Жара в котле хватит дожарить попкорн, а этот прием поможет вам избежать чада, запаха горелого котла и неприятностей с арендодателем. Да и котел прослужит дольше.

Попкорн следует делать в необходимом, но не излишнем количестве. Чем быстрее вы его сервируете, тем вкуснее он будет. Не зря стандартная американская реклама гласит «Fresh Hot Popcorn», то есть «свежий горячий попкорн». Это его оптимальное состояние для продажи. Полежав, попкорн набирает влагу, становится ватным, резиновым.

Жизнь, однако, не стоит на месте. Современное оборудование сейчас таково, что котел разогревается мгновенно, масло может вспыхнуть, поэтому в руководствах самых последних, самых совершенных моделей рекомендуется вначале положить зерно с добавками, затем добавить масло и включить разогрев. Все это практически

происходит одновременно, особенно в аппаратах, оборудованных автоматической подачей масла, которое подается в котел уже в подогретом виде. Холодное зерно «опускает» температуру в котле сразу на 100*С, поэтому продукт не подгорает, масло плавно нагревается, выдавая отличный результат. Такие машины гораздо производительней, чем их аналоги без насосов, так как подача уже разогретого масла сокращает время приготовления каждой порции и обеспечивает более объемное расширение зерен кукурузы. Если проходимость большая и попкорн аппарат работает «без устали», предлагается опция с противопожарным устройством.

Аппараты Vortex Popping Technology – ROBOPOP

Как уже было сказано ранее, технология VPT – это основа действия Roboporʼa. Именно эта технология является новой, и она запатентована. VPT распределяет зерна по параболическому дну рабочей камеры равномерным слоем, обеспечивая их постоянное движение вокруг оси камеры и одновременное перемешивание, что способствует максимально быстрому и равномерному прогреву. А, благодаря искусственно сформированному вихревому потоку внутри камеры, раскрывшиеся зерна немедленно удаляются из горячей зоны, что благотворно сказывается на качестве и вкусе попкорна. В известных сегодня больших попкорн аппаратах, использующих воздушное поппирование, большая часть попкорна остается в перегретом воздухе рабочей камеры некоторое время после поппирования, что приводит к повышению жесткости попкорна, он становится похож на пенопласт.

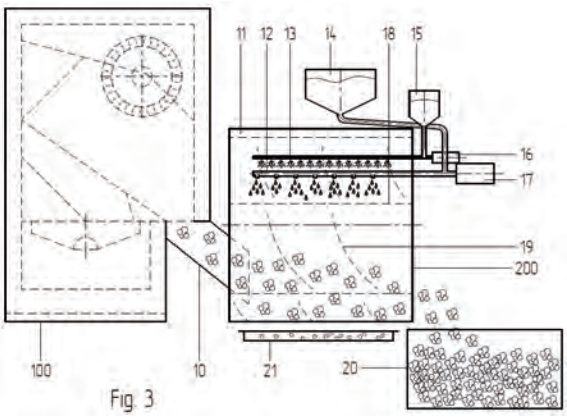
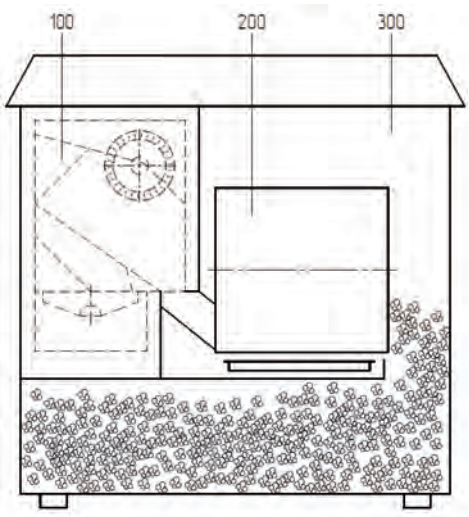


Fig. 3



Принцип Vortex Popping Technology использован в аппарате ROBOPOP, который производится подразделением компании Деловая Русь, заводом ТТМ. Чем же отличается Roboporот обычных аппаратов? Масляные аппараты «раскрывают», поппируют попкорн в масле, буквально жарят его, что не очень полезно, кроме того они не автоматические, нуждаются в постоянном обслуживании оператором. Roboporполностью автоматический, попкорн «раскрывается» раскаленным воздухом, а маслом лишь чуть сбрызгивается, для вкуса и запаха. Следовательно, получившийся попкорн гораздо полезнее, менее калориен, а сам аппарат потребляет на 30% меньше масла, чем обычные попперы. Отсутствие необходимости в операторе еще бОльшая статья экономии. К тому же при таком способе раскрытия попкорна отходов зерна в пять раз меньше. За счет всего этого вложения в аппарат окупятся менее чем за год. Кроме того, автоматизм приготовления гарантирует постоянство качества и вкуса.

Существуют 3 модели Roboporʼa:

Robopop Mark 1. Аппарат комплектуется барабаном, где происходит отсеивание нераскрытых и поврежденных зерен. Попкорн, приготовленный на данном аппарате, идеально подходит для последующей карамелизации. Этот аппарат предназначен для небольших производств.

Robopop Mark 2. Аппарат дополнительно комплектуется устройством для подачи масла и соли. На выходе получается полностью готовый к употреблению продукт. Также предназначен для производств.

Robopop Mark 2 Computer. Аппарат является модернизацией Марк2. Имеет компьютерное управление и сенсорный touchscreen монитор. В отличие от других моделей аппарат очень прост в управлении. Оператор использует всего несколько команд на экране, которые интуитивно понятны. Буквально: «Делать попкорн», «Прекратить делать попкорн» и т.д. Регулировка настроек, счетчики и т.д. находятся в подменю аппарата, доступ в которое имеет только менеджер. Эта модель предназначена для эксплуатации в больших многозальниках.

Характеристики аппаратов сведены в таблицу

Производительность	**До 34 кг в час (75 фунтов в час)**
Объем загрузочного бункера	25 кг
Номинальная мощность	10 кВт
Потребляемая мощность	5 кВт

Robopop изготовлен из нержавеющей стали, имеет теплоизолированный корпус. Вся конструкция установлена на мобильную подставку с 4 поворотными колесами.

Аппарат запатентован в России, США и Европе. Подробности на сайте www.robopopcorn.com.

Промышленные попперы

Промышленные аппараты делятся на два типа: влажные (англ. wet) и воздушные (англ. hot air). Аппараты первого типа – это, как правило, пьедестальные высокопроизводительные попперы. У них нет корпуса–витрины, и они устанавливаются на базе рядом со столом или крепятся к краю гастростола, куда выгружается готовый попкорн.

Что касается второго типа, воздушного, то далее будут изложены только общие принципы конструкции и работы таких аппаратов из-за того, что оборудование это сложное и дорогое. В России на сегодняшний день работает всего пара таких линий в простейшей комплектации. Линии могут стоить от сотен тысяч до миллиона и более долларов. В промышленном производстве можно также использовать и вышеописанный аппарат Robopop, что, несомненно, является более доступным вариантом для предпринимателей.

Промышленные аппараты влажного типа

Как уже было сказано, большие промышленные аппараты влажного типа по конструкции очень похожи на концессионные. Тот же котёл, подогреваемый ТЭНом с термостатом, но котел не подвешен, а стоит на пьедестале, в котором находится мотор, электрическая часть и противовес, который не дает всему сооружению опрокинуться во время опрокидывания тяжелого котла. Как правило, в таких попперах присутствует опциональная система автоматической подачи масла в котёл, оператору остается только засыпать зерно и добавки. Аппараты имеют объем 32-60 унций, самый распространенный размер - 48 унций или почти 1,5 килограмма зерна. Соответственно, в час этот аппарат производит 720 литров готового попкорна. Такое оборудование, как уже было сказано выше, обычно крепится к краю специального стола с перфорированным дном и бортами или же монтируется на устойчивую базу, находящуюся рядом с эти столом. На столе готовый попкорн ворошат, нераскрывшиеся зерна и шелуха падают в расположенный ниже соответствующий бункер. В одном из бортов стола делают специальную задвижку, открыв которую, можно легко высыпать попкорн.

Twin Maxi Popping Plant 2220 и 2233 с котлами 36 унц и 48 унц. Gold Medal, USA

Twin Maxi: мини завод из двух 32-х или 48-ми унцовых Cornado на столе. Подача масла осуществляется насосом из пластиковых емкостей, находящихся в коробках.

Промышленные линии с воздушным раскрытием

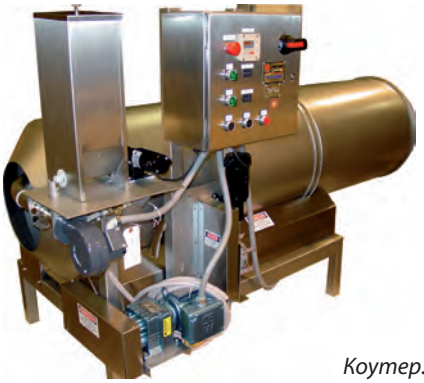
Типичная линия состоит из трех основных элементов. Сначала зерно попадает в так называемый паффер (англ. puffer), перфорированную горизонтальную трубу со шнеком внутри. Труба вращается, и за счет шнека зерно двигается в ней от начала к концу, постепенно нагреваясь от горячего воздуха, который проходит через трубу снизу вверх. Подогрев обычно газовый, но небольшие модели бывают и электрическими. Чем ближе к концу трубы, тем больше раскрытых зерен. С заднего конца трубы выходит уже готовый попкорн вместе с нераскрывшимися зернами и шелухой.

Попкорн аппарат. Cretors, USA

Для того чтобы отделить их, существует второй элемент, сифтер (англ. sifter). Это тоже перфорированная труба, тоже со шнеком, но отверстия в ней большего диаметра. Проходя по ней, попкорн остается в трубе, а шелуха и нераскрывшиеся зерна падают вниз.

Сифтер. Cretors, USA

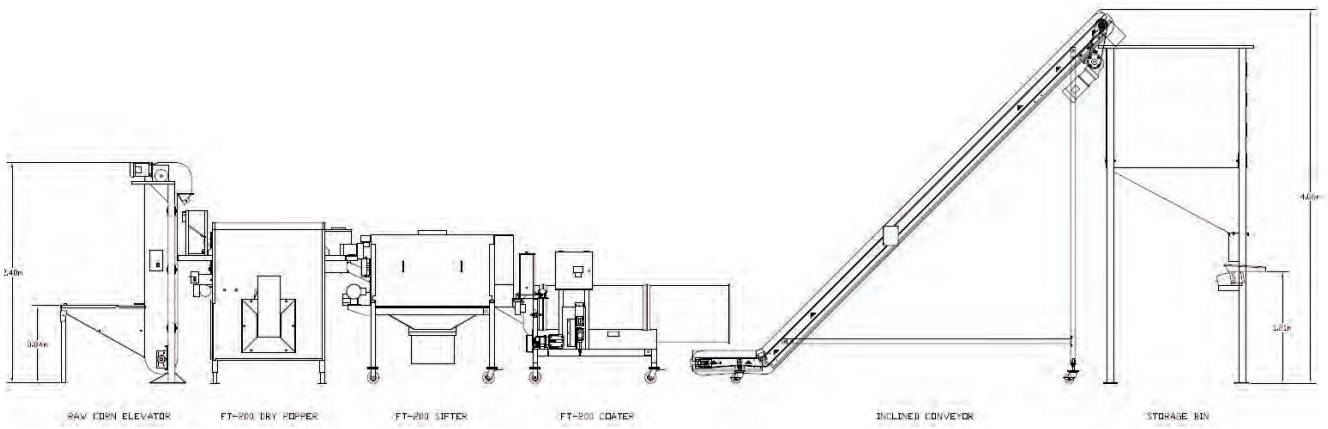
Далее следует коутер (англ. coater). Он служит для покрытия попкорна маслом и добавками. В качестве добавок может использоваться мелкодисперсная соль. Именно мелкодисперсная, так как ее мельчайшие частицы легко прилипают к попкорну, в отличие от кристалликов обычной соли. Также возможно использование пикантных добавок, таких как «барбекю», «сметана с луком», «чеддер чиз» и т.п. Коутер - это такая же труба со шнеком для продвижения попкорна. В нее впрыскивается масло и вдувается по трубке добавка. Потоки организованы таким образом, чтобы равномерно покрыть попкорн маслом и добавкой.



Коутер. Cretors, USA

Линии обычно имеют много вспомогательных элементов: хопперы-подъемники, транспортеры, охладители, бункеры и т.п. Обслуживается линия одним–двумя операторами. Самые распространенные в мире линии компании Cretors (США).

G-zilla автоматическая промышленная линия с котлом (125кг в час). Cretors, USA



Производственные линии компании Cretors, USA с масленым и воздушным способами раскрытия зерна

Чистка аппаратов и уход за ними

Мы коснемся только чистки концессионных аппаратов, так как уход за промышленными аппаратами детально описан в руководствах по эксплуатации, которыми в таких случаях не пренебрегают. Довольно тривиально утверждение, но оно абсолютно верное: ежедневная чистка действительно значительно увеличивает жизнь аппаратов, но не только это. Уход за аппаратами делает их свежими и красивыми, а поскольку они видны покупателям, являясь центром притяжения взглядов, то их ухоженность сослужит вам хорошую службу, увеличив приток клиентов и продажи. Ежедневные процедуры занимают совсем немного времени. Что следует запомнить навсегда, это то, что котёл ни в коем случае нельзя опускать в воду. Более того, когда Вы моете его, то все время должны держать в голове, что вода не должна попасть между самим котлом и его кожухом. Там находится электрическая часть, компоненты и соединения, и попадание воды внутрь может привести к короткому замыканию, отказам, в лучшем случае. А в худшем - к пожару.

Ассортимент специальных средств для мытья котла, корпуса и стекол аппарата не богат, но очень специфичен. Это чистящие и моющие средства именно для пищевых поверхностей, которые не требуют применения больших объемов воды, обладают щадящим действием, неагрессивны, просты в использовании.

Котел попкорн аппарата – самая главная и самая уязвимая часть оборудования. Его поверхность покрыта тонким слоем хрома или никеля, который легко уничтожить абразивами и поверхностно активными веществами, что впоследствии скажется на работе котла и качестве произведенной продукции. Мойка аппарата начинается с котла. В него надо аккуратно залить воду на ¾ объема котла и добавить моющее средство, либо Heat N'Kleen от Gold Medal (США), либо Inside Kettle Cleaner от Cretors (США).

После этого включите нагрев котла и доведите воду до границы кипения, но не кипятите. Дайте содержимому котла остыть, потом слейте аккуратно воду в подставленную под котел посуду и сполосните котел чистой водой пару раз. Протрите внутреннюю поверхность котла мягкой тканью. Затем приведите в порядок внешние поверхности котла, используя сухую мягкую ткань и аэрозольное средство Watchdog от Gold Medal (США) или Outside Kettle Cleaner от Cretors (США).

Никогда не применяйте для мойки котла абразивные материалы. Если нагар очень старый, а котел очень запущенный, то нужно использовать Kleen Sweep от Gold Medal (США). Это волшебное средство, своеобразная скорая помощь, легко размягчает и растворяет самые старые нагары. Кстати сказать, его можно рекомендовать для очистки любых рабочих кухонных поверхностей – грили, духовки, котлы, сковородки - за исключением эмалированных, поверхностей из органического стекла и пластиковых.

Мойка корпуса аппарата производится влажной губкой или тканью, с использованием обычных моющих неагрессивных средств без аммиака.

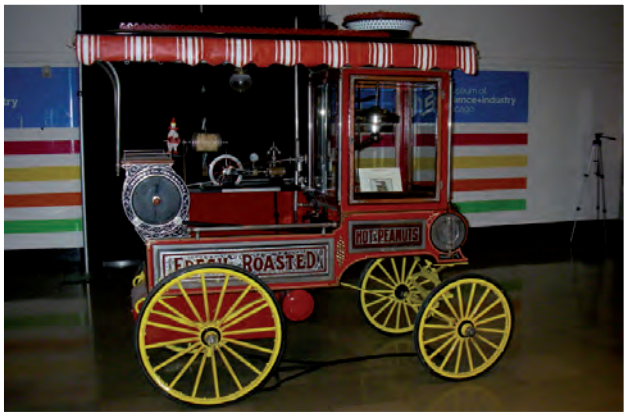
Стекла корпуса можно мыть мягкими губками с любыми моющими растворами, не содержащими аммиака, иначе стекла станут мутными.

Эволюция попкорн аппарата и международный рынок

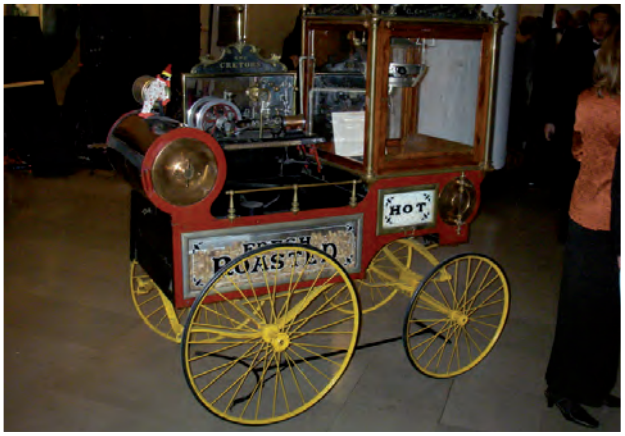
Самый первый бытовой, так сказать «каминного» назначения, попкорн аппарат был также сделан в Америке в 1837 году Фрэнсисом Ноултоном. Суть изобретения была в конструировании подобия коробки из проволочной сетки и приделывании к ней длинной ручки. Последователи Ф.Ноултона стали производить и продавать подобные сетчатые попкорницы разных форм с размером ячейки в 1/20 дюйма и ручкой, покрытой деревом, чтобы не обжечься, держа это приспособление над огнем в камине или в печи. Женщины также внесли лепту в изобретательство: Эллис Вуд из Висконсина придумала сферу, раскрывающуюся двумя половинками, в одну из них насыпали зерна, закрывали другой полусферой и полученный шар вращали над огнем, держа за ручку, длина которой составляла 4 или 5 диаметров шара.

Первый патент на аппарат был выдан в 1875 году Честеру Виквайеру, усовершенствовавшему проволочную корзину, а первая уже коммерческая машина была создана Чарльзом Криторзом

в 1885 году. Этот первый попкорн аппарат имел привод от миниатюрного парового двигателя!



Модель 1909 года, попкорн аппарат и ростер для арахиса, двигатель паровой. Cretors, USA



Модель 1899 года, попкорн аппарат и ростер для арахиса. Cretors, USA

С данной даты начинается история попкорна как бизнеса и история компании «C.Cretors and Company», которая в 2010 году отметила 125-ний юбилей, выпустив к нему такой «винтажный» попкорн аппарат.

Юбилейная модель 1885 выпущенная к 125-летию компании Cretors основанной в 1885г

Сегодня компания выпускает широкий спектр очень качественных аппаратов. Это оборудование отличается высочайшей продуманностью и удобством, изысканным дизайном, несет в себе много запатентованных решений. Например, крайне удачным является система быстрого открывания крышки котла. Она запатентована, и у конкурентов такой нет. Суть в том, что, когда попкорн начинает раскрываться, и его уровень в котле достигает крышки, то при первых же «толчках» готового попкорна по крышке снизу, специальный механизм быстро поднимает крышку вверх и готовый попкорн свободно покидает котёл, не теряя объема. За счет этого объем готового попкорна, полученного из этого аппарата, превышает объем попкорна из того же количества зерна, раскрытого аппаратами конкурентов, на 5-10%. А ведь Вы кладете в стакан именно объем, а не вес.

Headliner. Cretors, USA

Помимо США аппараты производятся, разумеется, и в Китае. В других странах, в том числе и в России, попытки производить аппараты были, но массового распространения они не получили.

В США тоже много производителей, в числе которых стоит упомянуть Star Manufacturing (США) и Paragon (США), но наиболее известными компаниями международного значения и масштаба, выпускающими полную линейку попкорн аппаратов, начиная от 4-х унцовых до 60-ти и выше, являются только две компании: Cretors (США) и Gold Medal (США). Эти компании по праву занимают доминирующее положение на рынке попкорн аппаратов, и практически все кинотеатры в мире оснащены аппаратами этих производителей.

Попкорн аппарат Gold Medal. Середина 20 века

Сырье и добавки, ускорители продаж

Зерно

Для приготовления попкорна, в первую очередь, необходимо качественное зерно. Сортов кукурузы лопающейся великое множество, однако, конкретными сортами интересуются исключительно сельскохозяйственные специалисты. Что касается переработчиков, то они закладывают зерно на кондиционирование и хранение в один и тот же бункер не по сортам, а по его внешней конфигурации, его будущей форме в готовом виде, калибровке, оттенку цвета. Так, например, разные сорта попкорна, раскрывающиеся «бабочкой» (цветком), отправляются в один бункер, если они одной формы (например, «рис»), одного размера, не отличаются по цвету и имеют одинаковую влажность. В другой бункер отправляются другие сорта, раскрывающиеся тоже «бабочкой», но более округлой формы, похожие на жемчужину («перл»). Таким образом, покупатель, открыв мешок с зерном «бабочка», не видит сортов, а их в одном мешке может быть несколько. Он видит однородного вида зерна одного цвета и формы и знает, что при приготовлении они раскроются объемной неправильной формой, которую называют «бабочка».

Для определения «сорта» этой бабочки, того, насколько она выгодна с точки зрения бизнеса, существует другой показатель, коэффициент расширения (КР). Мы уже говорили об этом в предыдущих главах, но то были чисто теоретические рассуждения, здесь же мы покажем, насколько важен этот показатель в деловом отношении. Допустим, Вы купили обычное и, в общем, неплохое зерно «бабочка» за 1000 рублей мешок с КР 40, несмотря на то, что продавец рекомендовал Вам купить другое более дорогое зерно за 1200 рублей с КР 46. И то, и другое зерно, на Ваш взгляд, по тому, как оно выглядит, абсолютно одинаковое.

Загрузив в 6-ти унцовый аппарат 170 граммов обычного зерна попкорна «бабочка», мы получим 6 стандартных порций готового попкорна. А, загрузив то же количество дорогого зерна, с КР 46, мы получаем 9 стаканов. Что это значит? Во-первых, то, что в последнем случае это более нежный тающий во рту попкорн, во-вторых, что, заплатив 1200 рублей за один мешок, Вы практически по объему готовой продукции получили два мешка по 1000 рублей. Плюс абсолютная лояльность Вашего клиента, который никогда не забудет Ваш попкорн.

Самым высоким коэффициентом расширения для «бабочки» на сегодняшний день является КР 50.

Помимо «бабочки», есть форма «машрум»

или «гриб». В другой терминологии это зерно называют «карамель». Коэффициент расширения «машрума» составляет 35–36, потому что зерно раскрывается шариком, вследствие чего более компактно укладывается в стакан. Оболочка этого попкорна жестковата, его «невкусно» есть сразу после попанья, поэтому оно подвергается дальнейшей обработке, например, карамелизации, превращаясь в кондитерский продукт. «Машрум» обрабатывают темным или белым шоколадом, смешивают с калеными орешками или пралине.

Итак, на российском рынке представлены следующие разновидности зерна попкорн:

Разновидность	**Назначение**	**Характеристики зерна***		
		КР (коэффициент расширения)	КС (кол-во зерен в 10 г)	Влажность
Бабочка средняя «Medium yellow»: классы премиум, экономи	Концессия: кинотеатры, бары, парки, зоопарки, ТРЦ	40–48	67-72	от 14%
Бабочка большая«Large yellow»	Производство, микроволновый попкорн	42–44	61	От 14%
Бабочка мелкая				
«Small yellow»	Фасовка для домашнего приготовления	40–42	73 и выше	От 14%
Машрум/карамель				
«Mushroom/caramel»	Производство, карамелизация	36	62	14-14,5%

* данные варьируются в зависимости от бренда

Масло

Чтобы приготовить попкорн и сделать его максимально объемным, необходимо подвергнуть зерно кратковременному нагреву до довольно высокой температуры, а для этого надо перенести тепло от дна аппарата и его стенок до зерен, нужен теплоноситель. Самым подходящим средством для этого является кокосовое масло. Рафинированное кокосовое масло способно нагреваться без задымления до 260*С, не имеет собственного запаха или вкуса, стабильно, может долго храниться: до 2 и более лет, так как в течение долгого времени не подвергается окислению. Вследствие этого масло не прогоркнет, как и продукт на нем произведенный. Все остальные масла, кроме пальмового, начинают задымляться при более низких температурах, придавая попкорну неприятный вкус и запах, и чадить в помещении. Продукция, приготовленная на таких маслах, не способна храниться более месяца, так как приобретает прогорклый вкус.

Для производства попкорна используется рафинированное и дезодорированное кокосовое масло, окрашенное бета каротином или чисто белое. Окрашенное масло может быть ароматизированным сливочными нотами. Такое масло используют для соленого, сырного, карамельного и шоколадного попкорна. Белое масло используют для сладкого глазированного клубничного, малинового, вишневого, виноградного попкорна,

то есть цветного попкорна, иначе, если использовать желтое масло, цвет изделия получится нечистым.

В последнее время, после нескольких лет научных совместных исследований (силами европейских, австралийских и американских научных центров), доказавших, что пальмовое масло представляет собой полезный для здоровья и питательный продукт, производители готового попкорна начали использовать и рафинированное пальмовое масло, которое, после дезодорации, обладает схожими с кокосовым свойствами и способно разогреваться до таких же очень высоких температур.

Добавки

Соли

Очень важным ингредиентом в производстве попкорна является соль. Это не простая соль, а специальная, желтая, Flavacol, очень мелкая и с измененной формой кристалла, вследствие чего она прочно прилипает к изделию и не осыпается. Соль всегда акцентирует все прочие вкусовые ноты в продукте, поэтому в небольшом количестве она рекомендуется и для сладкого глазированного попкорна. Ну, а уж для соленого попкорна она незаменима. Рекомендованная доза – от десертной ложки на 6-ти унцовый котел и более, как кому нравится.

Обычному соленому попкорну можно придать множество оттенков вкуса с помощью посыпных добавок Savory от Gold Medal (США): сырный, барбекю, копченый бекон, пицца и т.д. Эти добавки наносят на свежеприготовленный попкорн или же обрабатывают его в специальном оборудовании, которое называется шейкер Flav-R-Tater от Gold Medal (США) или миксер CMT5E-X от Cretors (США) и Cheddar Tumbler/Coater от Gold Medal.

CheddarTumbler/Coateru Flav-R-Tater

CMT5E-X, Cretors

Сладкие добавки

Чтобы приготовить глазированный попкорн, помимо масла, необходимо использовать профессиональные пищевые смеси, которые закладываются в котел вместе с зерном и маслом. Эти добавки называют глейзами. На российском рынке они представлены американскими GlazePop и российскими CorinGlaze, которые охватывают всю палитру кондитерских вкусов: от карамельных до фруктово-ягодных.

Антипригарные добавки

К таким же добавкам относится и антипригарная смесь Compound S. Это тоже глазурь, которая содержит увеличенное количество вещества, связывающего сахар с маслом и препятствующего пригоранию сахара. Эту смесь используют, готовя попкорн на чистом сахаре.

Технологические принципы приготовления попкорна в котле с использованием сладких добавок, соли и масла очень просты, и это наглядно показано в таблице ниже:

Вид изделия	Используемые ингредиенты				
	Зерно	Масло кокосовое	Соли: Flavacol обычная или премьер	Глазури: CorinGlaze, GlazePop, Compound S	Добавки натуральные посыпные: Savory
Соленый попкорн	В кол-ве, соответствующем объему котла (см. инструкцию)	1/3 объема попкорна	1 десертная ложка или по вкусу		От 1 до 5% от общего объема
Сладкий глазированный	В кол-ве, соответствующем объему котла (см. инструкцию) – 20%	1/3 объема попкорна	Как опция	1/2 объема попкорна	
Сырный	В кол-ве, соответствующем объему котла (см. инструкцию)	1/3 объема попкорна	Как опция		5-7% сырного порошка от объема, обработать в шейкере Flav-R-Tater
На сахаре (сахар в кол-ве ½ объема попкорна)	В кол-ве, соответствующем объему котла (см. инструкцию) – 20%	1/3 объема попкорна	Как опция	1 ст. ложка Compound S	

Ускорители продаж

Все вышеперечисленные добавки по праву считаются и являются ускорителями продаж (англ. «popcorn sellers»). Исследовано, подсчитано и доказано, что количество продаваемых порций резко увеличивается, если попкорн готовится с применением глазурей и Savory. Даже использование одного только Flavacol поднимает выручку в два раза. Тонкий, манящий, со сливочными нотами аромат свежеприготовленного попкорна и аппетитный вид не могут оставить равнодушным ни старого, ни малого.

Упаковка, хранение и реализация

Выбор упаковки зависит от типа производства. Как уже говорилось выше, существует два вида производства: концессионное и промышленное.

Под концессионным способом в попкорн индустрии понимается приготовление на месте: в баре, в кино, в буфете, в парке, практически на виду у покупателя. Как правило, покупатель и съедает продукцию на месте: в том же кинозале, баре, парке. Поэтому требования к концессионной упаковке не такие, как к промышленной. Она не закрывается и представляет собой бумажный, ламинированный или полиэтиленовый пакет с незакрытым верхом, открытые стаканы самых разных размеров, небольшой бумажный поднос с двумя–тремя «гнездами» для попкорна, напитка и кэнди (candy): маленьких мармеладок, карамелек или шоколадных батончиков.

Ассортимент концессионных пакетов и стаканов, правда, включает и так называемую упаковку «унеси домой» (англ. take home или carry home bag), которая представляет собой пакет большего размера, верх которого закручивается маленькой проволочкой, или пластиковый контейнер с крышкой.

Поскольку в попкорн индустрии принята американская система обозначения размера и объема котлов и производимых в них порций, то и концессионная упаковка ориентирована на те же единицы.

Стаканы

Это идеальная упаковка для работы с попкорном в кинобаре. Для отпуска продукта не нужен совок, которым легко сломать хрупкий попкорн. Порцию не нужно взвешивать. Черпая стаканом, попкорн легко отпускать. Стакан удобно держать в руке, он красив, информативен, может быть отличным средством промоушн и носителем бренда.

Объемы бумажных стаканов в унциях/литрах и их примерный вес с продукцией приведены в таблице внизу. Для того чтобы нагляднее объяснить, какая метаморфоза происходит с сырым зерном в раскаленном котле попкорн аппарата, во второй колонке данной таблицы мы указываем, сколько унций сырого зерна примерно требуется, чтобы заполнить конкретный стакан уже готовым попкорном. Примерно – потому что, как уже было упомянуто выше, чем качественнее и дороже зерно, тем «пышнее» и объемнее оно раскрывается, делая содержимое стакана легче, а кошелек предпринимателя тяжелее.

I Обозначение стакана	II Объем исходного сырого зерна для заполнения стакана в готовом виде, унции	III Объем стакана, унции	IV Объем стакана, литры	V Вес пустого стакана, граммы	VI Вес соленого попкорна в стакане, граммы	VII Вес сладкого попкорна в стакане, граммы
V 24	1	24	0,75	11	28 - 30	49 - 55
V 32	1,3	32	0,95	12	38 - 40	70 - 75
V 46	1,9	46	1,4	15	50 - 55	85 - 95
V 64	2,6	64	1,9	27	65 - 75	120 - 125
V 85	3,5	85	2,9	32	110 - 120	195 - 200
V 130	5,4	130	4,00	43	170 - 175	295 - 300
V 170	7	170	5,5	47	205 - 210	375 - 400

Разумеется, приведенный вес примерный ещё и потому что оператор пользуется мерным стаканом, а не аптечными весами. Кроме того, объем соли и сладких добавок может варьироваться в зависимости от вкуса и желания, однако общая картина представлена достаточно достоверно.

Многие кинотеатры для эффективности (в самом широком смысле) и удобства в работе используют только три размера стакана, обозначив их «маленький», «средний» и «большой», и выбрав эти размеры произвольно из наиболее продаваемых порций в данном конкретном месте.

Пластиковые и бумажные пакеты

Яркие и красивые ламинированные жиропрочные пакеты, как и обычные простые коричневые, которые использует MacDonalds для упаковки гамбургеров и салатов на вынос, также чрезвычайно популярны на концессионных западных рынках. Их преимущество в том, что они объемны, и из них довольно удобно есть, плюс все, что не доел, можно унести домой в том же пакете, завернув его верхушку. Такие пакеты абсолютно аналогичны стаканам по объему и содержат тот же объем снэка: V 32, V 46, V 85, V 130, V 170.

Для российского рынка они дороговаты, поэтому в маленьких точках используются дешевые пакетики из довольно тонкой бумаги, вмещающие 20–25 граммов готового попкорна (чуть менее V 24).

В американские полиэтиленовые пакеты удобно фасовать готовый попкорн совком через

специальную воронку из-за их довольно узкого «горла» - 13-15 см. Эти пакеты были специально разработаны в «узком» варианте, чтобы их можно было воткнуть вертикально в женскую сумку или поставить в «гнездо» в машине и привезти домой из кино, парка, т.д.

Серия пакета (Gold Medal)	Размер, см	Вмещает вес, г	Попкорн
2137 CT	13 x 25	113	глазированный
2138 CT	13 x 32	220	глазированный
2207 CT	15 x 41	343	глазированный
2530 SF	15 x 41	185	глазированный
2531 SF	15 x 46	280	глазированный
2529 SF	15 x 41	185	глазированный
2125 Heap	30 x 46	85	соленый
2079 Heap	30 x 76	180	соленый
2516 Heap	30 x 64	390	соленый
2532 Heap	30 x 90	780	соленый

Присутствующая на рынке российская упаковка, маленькие желтые пакетики из довольно тонкой бумаги и такие же конусы, еще популярна у владельцев очень небольших торговых точек по причине ее дешевизны. В такой пакет помещается примерно 0,65 - 0,75 унции попкорна или 20-25 граммов.

Вспомогательное оборудование. Полезные мелочи

Экскалибур (англ. Excalibur)

Если открыть бидон с кокосовым маслом при комнатной температуре, Вы увидите ярко желтое с оранжевым оттенком масло, довольно твердое, по консистенции похожее на охлажденное сливочное. Кстати, кокосовое масло само по себе белое, плавится при температуре около 25-30*С. Желтый цвет ему придает каротин, натуральный краситель, который добавляют, чтобы попкорн получался желтого цвета. Так он выглядит вкуснее. Так вот, можно, конечно, выскребать масло ложкой или каким-либо еще острым предметом. Так обычно и делают на небольших концессионных точках. Но если у Вас большая проходимость, и у персонала нет времени на подобное времяпровождение, то Вам нужен Экскалибур. По легенде это волшебный меч короля Артура. Концессионный даже чем-то похож на него, его тоже можно вонзить … в масло. Кроме этого, внутри него расположен ТЭН, который нагревает Экскалибур. Благодаря этому его можно очень легко погрузить в масло и оставить там на некоторое время. В результате всё масло в бидоне расплавится. На обратную кристаллизацию бидона масла уйдет несколько часов. Добавим, что Экскалибур часто используется в больших кинотеатрах, где стоят аппараты с автоматическими насосами. Для того чтобы погрузить насос в бидон с маслом нужно расплавить Экскалибуром цилиндрическое углубление до дна бидона, куда можно будет поместить погрузную часть насоса.

Excalibur. Gold Medal, USA

Насос для подачи масла в котёл аппарата

Большие попкорн аппараты, как правило, оснащаются автоматическими насосами, подающими масло в котел аппарата. Это упрощает работу оператора, повышает точность дозирования масла и сокращает цикл работы аппарата за счет исключения времени на плавление масла в котле аппарата. Производятся компаниями Cretors (США), Gold Medal (США), Hecmac (Китай). Насосы бывают двух типов:

- рассчитанные на работу с маслом в стандартных бидонах по 22,7 кг;
- предназначенные для работы с маслом в упаковке «пакет в коробке» (англ. bag-in-box).

Cretors 7700

Насос Hecmac (Кимай)

Насос Gold Medal (США)

Ввиду их полного отсутствия на рынке России мы не будем их рассматривать.

Стандартный насос, рассчитанный на работу с маслом в бидонах, состоит из трех частей: погружной части, крышки и корпуса с приводным мотором и электроникой. Погружная часть представляет собой шестеренчатый насос в корпусе, консольное крепление этого насоса с проходящим внутри приводным валом и замысловато изогнутый ТЭН на всю длину консоли. ТЭН обеспечивает плавление и дальнейшую поддержку масла в жидком состоянии. Крышка рассчитана на стандартный бидон, к ней крепится корпус насоса и погружная консольная часть. В корпусе, который возвышается над крышкой, расположен приводной электромотор и управляющая электроника. Именно регулируя ее настройки, можно изменить время работы насоса за цикл и, соответственно, количество подаваемого масла за цикл. Команда на включение насоса приходит от управляющего блока попкорн аппарата. Далее за работу насоса отвечает блок электроники самого насоса, который отсечет подачу через заданное время. Насос соединяется с аппаратом многожильным кабелем со штекерными разъемами. У каждого производителя свой тип насосов, и они несовместимы: к аппаратам одной марки насосы другого производителя не подходят.

Насыпные и порционные витрины

Использование витрин гарантирует максимальную прибыль концессионеру, потому что попкорн в витрине не только свежий, теплый и хрустящий. Его там много! И это существенно в периоды наплыва зрителей, когда они не хотят ждать более пары минут. Кроме того, витрина сама по себе яркая и нарядная, попкорн подсвечен и очень хорошо виден издалека, что, несомненно, привлекает потребителя.

Витрины бывают напольными и настольными.

Модель 2343 (75см) и 2345 (120см) напольная. Gold Medal, USA

Модель 2025 настольная. Gold Medal, USA

Витрина настольная VTP09102. TTM, Россия

Напольные и настольные витрины в свою очередь могут быть порционными (где попкорн выставлен в порционных стаканах и/или пакетах), насыпными (балковыми) и комбинированными, то есть такими, где могут одновременно выставляться и подогреваться пакетики и подносы с начос, порционные хот доги, крендели и попкорн.

Модель 2004 с неоновой подсветкой. Gold Medal, USA

Модель 5508. Gold Medal, USA

Комбо-витрина 2855 (107см) и 2856 (90см). Gold Medal, USA

Напольные витрины обычно встраиваются в барную стойку или пристенный модуль. Но они могут и быть отдельно стоящим элементом интерьера бара, как, например, мобильная витрина Roc N' Roll или Combo Showcase от Cretors (США), или же VTP1-095 k от TTM (Россия), которые яв-

ляются одновременно балковыми напольными в нижней части (для хранения запаса готового и подогреваемого попкорна) и порционными вверху.

Витрина напольная. ТТМ, Россия

Мобильная напольная витрина. Cretors, USA

По дизайну и размерам витрины сочетаются с окружающим оборудованием и барной стойкой, частью которой они часто и являются. Подогрев внутри витрины осуществляется мощными лампами, ТЭНами или так называемым «корндиционером»: циркулирующим по всему ее объему горячим воздухом, поддерживающим попкорн в нужной кондиции, хрустящим и горячим.

Тележки, подставки, базы

Наличие маленьких и больших тележек, подставок и баз дает концессионеру массу преимуществ. Помимо того, что попкорн аппарат отлично смотрится на тележке или специальной подставке/базе, лишний раз привлекая внимание клиента, это оборудование чрезвычайно эргономично и функционально.

Модель 2660 «Антик Де Люкс». Gold Medal, USA

Модель 2656 «Ультра 60». Gold Medal, USA

52-х унцевый аппарат на базе «Medallion 52». Gold Medal, USA

Двухколесные тележки под попкорн аппарат. ТТМ, Россия

Во-первых, имея такую подставку, становится очень удобным работать на попкорн аппарате и обслуживать покупателей. Во-вторых, во внутренней части тележки и базы имеется достаточно свободного места для различных материалов, которые всегда должны быть под рукой продавца.

Тележка ТАСВ-130СК под попкорн аппарат и вату. ТТМ

Тележки и базы обеспечивают мобильность: возможность быстро переместиться туда, куда направляется толпа.

2119 антик сайтейшн на тележке 3118. Gold Medal, USA

2554 Мачо Поп на тележке 3118ST. Gold Medal, USA

На четырехколесных тележках можно разместить два аппарата, либо аппарат и витрину, или аппарат сахарной ваты и попкорн аппарат. Кроме того, есть такие тележки, которые сами по себе представляют мини-предприятие на колесах.

4-х колесная тележка. ТТМ, Россия

Мобильный комбо-прилавок 2951. Gold Medal, USA

Канапе 2444 к тележке 2129. Gold Medal, USA

На российском рынке представлен богатый ассортимент тележек и баз, как американского, компании Gold Medal, Cretors, так и российского производства, компания ТТМ.

Канапе 2144 к тележке 2129 и попкорн аппарат 2014. Gold Medal, USA

Тележка ТАВС-130СК под сахарную вату и попкорн аппарат. ТТМ, Россия

КАРАМЕЛЬНЫЙ ПОПКОРН

Модель 2618 прилавок «3 в 1» лобби мастер . Gold Medal, USA

Из чего делают

Для приготовления карамельного попкорна используют сорта кукурузы «машрум», которые раскрываются шариком или грибком (см.), такая форма попкорна лучше покрывается карамелью и эстетически приятнее, чем «бабочка», после покрытия карамелью.

Кроме попкорна, который должен быть приготовлен без соли, необходима специальная карамелизирующая смесь, сахар–песок, кокосовое масло и карамелизатор. Карамелизирующая смесь производится в разных странах, прежде всего в США, но в России наибольшее распространение получила отечественная смесь. Дело в том, что американцы даже в сладкие изделия добавляют немного соли, таковы их вкусовые предпочтения. У нас, в России, это не принято. Есть еще ряд отличий, которые были учтены производителем, компанией Горячие крендели, освоившей выпуск смеси в России.

ПреМix карамельный

Как делают

Для карамелизации попкорна необходим карамелизатор, это опрокидывающийся котел с подогревом и специальной мешалкой. Также нужен стол для охлаждения и сепарации готового карамельного попкорна.

Карамелизатор Марк 5 (2175) на базе 2424 со столом охладителем 2166 . Gold Medal, USA

В холодный котел карамелизатора закладывают масло, заливают немного воды, засыпают карамельную смесь и сахар и начинают нагревать, включив только тумблер «нагрев». И обязательно сняв крышку. (Крышка нужна только для отпаривания котла в конце смены). Мешалка будет делать обороты с интервалом в 15 секунд. В течение примерно 15-ти минут при заданной и автоматически поддерживаемой температуре сахар расплавится, вся смесь нагреется до заданного значения, и карамелизатор подаст сигнал о готовности. После того, как сигнал прозвучал, нагрев выключают, включают мешалку (мотор) и в котел засыпают готовый, приготовленный не позднее, чем за 3 часа до карамелизации, попкорн. Буквально через 5-10 секунд карамели-

затор переводят в наклонное положение, и как только оператор увидит, что дно карамелизатора сухое, готовый попкорн опрокидывают на стол.

Карамелизатор «карамель беби» 2626 на базе (2031) с лотком 2166. Gold Medal, USA

Коутирование происходит во всем объеме карамелизатора благодаря особой конструкции мешалки, приводимой в действие электромотором через муфту в дне карамелизатора. Весь процесс коутирования при открытой крышке занимает от силы 30–40 секунд, не более. Если оставить попкорн в котле на несколько минут дольше необходимого времени, то попкорн начнет садиться в объеме. Если не снять крышку, то есть оставить котел закрытым, то весь конденсат будет впитан попкорном.

Чтобы попкорн не слипался, рекомендуется обработать стенки и лопасти котла специальными смесями: Free-N-Easy от Gold Medal (США) или Non-Stick от Cretors (США). Это специальная масляно-лецитиновая смесь с распылителем, наносимая по типу аэрозоли, она очень легко наносится на стенки и лопасти. Требуется всего 5-10 нажатий на головку распылителя, чтобы попкорн не слипался.

После выгрузки на стол оператор ворошит массу карамельного попкорна специальными лопатками осторожными движениями снизу вверх с тем, чтобы попкорн остыл и не сел в объеме.

Стол для охлаждения карамели, модель 2169. Gold Medal, USA

Чем дальше, тем тверже становится карамель, тем быстрее отделяются покрытые карамелью «попкорнины» одна от другой. Остыв и затвердев, попкорн превращается во вкуснейшее лакомство: отдельные «конфетки» с мягкой сердцевиной, покрытые твердой, полупрозрачной карамелью желто-коричневого цвета, или полностью затвердевший, хрустящий, но нежный снэк. Последнее зависит от того, какая температура задана в котле, и от того, полностью ли выпарена вода при приготовлении карамели. При перемешивании карамельного попкорна он должен издавать характерный «звон». В США производят и так называемый «жевательный» карамельный попкорн (англ. chewy popcorn). По консистенции он похож на жевательные конфеты. Это достигается манипуляцией влажности в сочетании с использованием определенных смесей.

Щипцы для карамельных шариков 2091. Gold Medal, USA

После приготовления карамельный попкорн надо достаточно быстро реализовать или, если предполагается отдаленная продажа, упаковать в специальные контейнеры с плотно притертой крышкой, которые изолируют попкорн от влаги, содержащейся в воздухе. Герметично упакованный карамельный попкорн может храниться месяцами.

Линейка и устройство аппаратов

Карамелизаторы различаются объемом и, следовательно, производительностью.

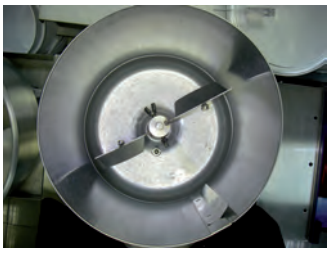
Карамелизатор CMD 25. Cretors, USA

Карамелизаторы для концессионного бизнеса и малых производств выпускаются компаниями Cretors и Gold Medal, карамелизаторы для средних и больших производств выпускают компании Cretors и Cantrell (в настоящее время Cantrell, будучи поглощенной компанией AC Horn&Co, выпускает карамелизаторы как AC Horn, но в их конструкции ничего не изменилось). Концессионные карамелизаторы (их также называют «кукеры») начинаются с “Caramel baby” от Gold Medal, производительностью 4,5 кг в час. Gold Medal выпускает также карамелизаторы серии “Mark”: “Mark 5” с производительностью 9 кг в час, “Mark 10” с производительностью 18 кг в час, “Mark 20”, который имеет еще одно название – «Карамель Кинг» с производительностью 36,32 кг в час. Mark 20.

Карамелизатор CMD 25 столом с опцией охлаждения . Cretors, USA

В небольшом формате Cretors выпускает 3 карамелизатора: CMD 25 (11,35 кг в час), CMD 50 (22,7 кг в час) и CMD100 (45 кг в час). Потребляет такой аппарат 8700 ватт. Надо отметить, что все карамелизаторы от Cretors имеют регуляторы температуры, уникальную конструкцию лопастей и могут быть использованы для приготовления разной степени карамелизации попкорна, а также вкуснейшего сырного попкорна

Все карамелизаторы имеют схожее устройство. Карамелизатор состоит из цилиндрического котла, как правило, изготовленного из нержавеющей стали. Стенки котла могут быть съемными, что облегчает обслуживание. Нижняя часть котла может быть выполнена литьем из алюминиевых сплавов, либо тоже может быть изготовлена из нержавеющей стали. В дне находится муфта, через которую проходит вал привода мешалки и нагревающие элементы, ТЭНы, обеспечивающий нагрев карамели. Котел установлен на основании, в котором размещаются электродвигатель с редуктором и управляющий модуль, как правило, электронный. Снаружи основания расположены элементы управления и дисплей, показывающий температуру в котле. Котел и основание соединены петлями, позволяющими опрокидывать котел в сторону в момент выгрузки готового попкорна. Муфта, расположенная в днище котла, позволяет размыкать и смыкать приводной вал карамелизатора, то есть когда карамелизатор находится в рабочем состоянии, с опущенным котлом, муфта обеспе-



Котел карамелизатора «карамель беби» 2626 . Gold Medal, USA

Карамелизатор GoldMedal, USA

чивает вращение мешалки, а когда попкорн выгружается, то вал разомкнут, и мешалка не вращается. Карамелизаторы снабжены крышками. Наиболее сложная часть карамелизатора - это мешалка, расположенная внутри котла. Обычно компании производители патентуют именно ее. Мешалка обеспечивает равномерное распределение и дальнейшее коутирование попкорна карамелью во всем объеме котла.

Карамелизатор CMD 25 и его лопасти. Cretors, USA

Упаковка

Пластиковые стаканы/контейнеры с крышкой используются для карамельного (или карамелизированного) попкорна, то есть для приготовленного вначале на масле в котле и затем обработан-

ного в коутере (карамелизаторе) горячей жидкой карамелью. Контейнеры бывают двух размеров: 2,6 литра и 1 литр. Предполагается, что карамелизированный попкорн в такой упаковке должен весить 398 г и 100 г соответственно. Однако эта цифра также достаточно условна. Так как толщина карамели на попкорне может быть разной и зависит от того, сколько сахара используется в карамельной смеси, то и вес готовой продукции может варьироваться от производителя к производителю.

НАЧОС

Как известно, вторым снэком в киноконцессионном баре является начос (англ. nachos). Какое соотношение между попкорном и начос? Обычно на начос приходится 15-20% выручки от продажи попкорна.

Что такое начос

Это кукурузные крупные чипсы, подаются вместе с острым сырным соусом и/или овощным острым соусом салса. Чипсы сервируются в пластмассовых, либо бумажных подносиках, имеющих специальные гнезда для баночек с соусом.

Как известно, родина начос – Мексика. В 1943 году метрдотель Игнасио «Начо» Анайя изобрел блюдо из тортильи и сыра. Анайя нарезал тортильи в форме треугольников, добавил логнхорнского чеддера, быстро нагрел все это и приправил перцем халапеньо. Он сервировал блюдо, назвав его Nachos especiales. Но традиционная мексиканская закуска имеет весьма отдаленное сходство со снэками, подаваемыми в кинотеатрах.

Чипсы и соусы производятся не в кинобаре и не в фастфудах, где их тоже можно найти, а на больших специализированных пищевых производствах. На российском рынке присутствуют как импортные чипсы и соусы, так и произведенные в России. Разница между ними невелика, разве что в цене. Теперь подробно о компонентах.

Чипсы начос

Их делают из кукурузной муки, предварительно запекая, после чего, обжаривая в масле. Чипсы, как правило, имеют треугольную или круглую форму. Поставляются чипсы как в порционных пакетиках по 100 граммов, их надо лишь переложить в подносики, так и в более крупной фасовке, по 500 граммов и 2,4 кг. Соответственно, эти чипсы необходимо порционировать с помощью весов. Этим занимается непосредственно персонал бара в период наименьшей загрузки. Разумеется, 100 граммовые пакетики гораздо удобнее, но они и дороже.

Поэтому выбор в пользу той или иной упаковки делается, исходя из загруженности бара. Если у сотрудников остается время на порционирование чипсов, то можно сэкономить, взяв крупную фасовку. Но следует соблюдать основное правило: сотрудники не должны тратить ни секунды, когда есть покупатели. Нельзя в эти моменты отвлекаться на взвешивание.

Декларируемый срок хранения чипсов, как правило, 6 месяцев. Но лучше ограничиться месяцем-двумя между датой производства и продажи. Это органический продукт и, несмотря на наличие консервантов, вкус со временем теряется. Импортные чипсы часть своей жизни проводят в путешествии до России. Так что в момент поставки в концессионный бар они уже имеют возраст

1-3 месяца, в зависимости от того, в какой стране были выработаны. Стоит отметить, что ряд производителей делают чипсы, наполняя пакет газом азотом. Это существенно тормозит процесс старения, и такие чипсы имеют срок годности до 1 года. Но они гораздо дороже, и такие чипсы на рынке России отсутствуют.

Сыр начос

Правильнее назвать его сырным острым соусом, потому что сыр в нем присутствует, но это не единственный компонент. На российском рынке распространен соус, расфасованный на производстве и герметично укупоренный в пластмассовые баночки по 100 граммов.

В других странах сыр поставляется в пластиковых мешках по 2-10 кг или жестяных банках и сервируется в горячем виде с помощью специальных диспенсеров в отделения в подносиках, либо непосредственно на чипсы.

У нас такой способ пока не прижился, потому что в соответствии с законодательством очень высоки требования к точности дозирования соуса, что невозможно достичь, заполняя «на глазок» соответствующую емкость в подносике.

Второй причиной распространения фасованного соуса является легкий учет и контроль в условиях концессионного бара.

Срок годности сырного соуса 6 месяцев, но его тоже лучше употребить в течение месяца – трех. Вкус будет нежнее и богаче. На российском рынке известен соус лидера мирового рынка начос, американской компании Ricos, и ряда других американских и европейских производителей. Также фасованный сырный соус начос производится в России, в частности, компанией Горячие крендели.

Соус салса

Острый овощной соус на томатной основе с добавлением кусочков овощей также поставляется на российский рынок в фасовке по 100 граммов. Применяется, как правило, вместо сырного соуса, хотя за рубежом известны подносики, имеющие гнезда для двух видов соусов. Важная

особенность: салса подается охлажденной, либо комнатной температуры. На российском рынке присутствуют соусы американских и европейских производителей. Срок годности соусов салса обычно составляет 6 месяцев. Салса в другой упаковке, кроме 100 граммовых баночек, присутствует на рынке других стран, но у нас не популярна по причинам, описанным в разделе про сырный соус.

Подносы порционные

Подносы имеют отделение для 100 граммов чипсов и отделение для баночки с соусом. Сделаны из прозрачного полипропилена. Обычно поставляются подносики, произведенные в России.

Витрины

Важным компонентом продажи начос в барах является наличие витрины. Витрина обеспечивает освещение и хороший обзор вкусного снэка со всех сторон, а также поддерживает оптимальную температуру реализации 60*С. Витрины имеют небольшую мощность и включаются в однофазную сеть 220В. Витрины могут располагаться на передней или задней линии концессионного бара. На рынке присутствуют витрины производства компании Gold Medal (США) и завода ТТМ (Россия). Витрины отличаются по размеру и форме.

Витрины Gold Medal (США)

Витрины ТТМ (Россия)

Тенденции

Во-первых, стоит отметить, что начос все шире распространяются по России, хотя на момент написания этой книги, 2011 год, начос есть в меню кинобаров крупных киносетей и редко встречаются в ассортименте региональных кинотеатров.

Во-вторых, четкий мировой тренд в подаче начос, да и любого другого блюда, - это «много-

слойность» вкуса. Например, стоит добавить кусочки нарезанного невероятно острого мексиканского перца халапеньо.

Конечно, это операция требует некоторой выучки персонала и 5-10 секунд дополнительного времени на сервировку порции, но на выходе яркий красивый острый оттенок вкуса и жажда! Продажа лишней колы обеспечена!

В-третьих, все чаще подают начос с двумя соусами, сырным и салсой. Не стоит бояться возросшей себестоимости и цены порции. Начос по-

купают те клиенты кинобара, которые вполне в состоянии заплатить чуть больше за новые ощущения. И попробовав новинку, они отблагодарят в следующий раз, купив снова и посоветовав друзьям.

В-четвертых, это увеличение размера порции. Сейчас время «мега», «супер», «дабл» и т.п. Можно не сомневаться, что общее количество порций начос не упадет, но за счет продажи некоторого количества увеличенных порций выручка только вырастет!

В-пятых, это привлекательность и яркость подачи. Это очень важно! Красота еды, впечатление от порции в руках соседа, все это становится более и более значимыми факторами. Мы любим есть красиво, нам это нравится. Можно смешать первое, второе и компот. По пищевой ценности этот чудовищный микс не уступит ни калории изначальным блюдам. По вкусу… сами понимаете. Но не менее важно и зрительное восприятие, согласитесь. Чем красивее еда, чем ярче, тем заманчивее, тем вкуснее. Поэтому все большее значение приобретает сервировка, упаковка, выкладка.

САХАРНАЯ ВАТА

Что такое сахарная вата

Сахарная вата – это расплавленный и впоследствии застывший в виде тонких нитей сахар. Получают сахарную вату следующим способом: в специальную емкость, головку аппарата, засыпают сахарный песок обычно с пищевыми красителями для придания готовому продукту цвета и аромата. К головке или непосредственно в головку подводят тепло тем или иным способом. (Мы подробнее остановимся на конструкции ниже.) В результате сахар плавится. В то же время головку с помощью двигателя приводят во вращательное

движение. По периметру головки имеется диффузионная щель, которая может быть просто радиальной или иметь сложную форму, которая нужна, чтобы увеличить ее длину, соответственно, увеличить производительность. Расплавленный сахар под воздействием центробежной силы покидает головку через диффузионную щель (щели) и застывает в виде множества нитей, оказавшись в сравнительно холодном воздухе.

Обычная порция сахарной ваты - это унция (28 граммов) сахара, по размеру это футбольный мяч. Одна порция сахарной ваты содержит около 100 калорий. Сравните это с 130-170 калориями в бутылке или банке 0,33 литра обычной газировки! Так что слухи о калорийности сахарной ваты, как говорится, сильно преувеличены.

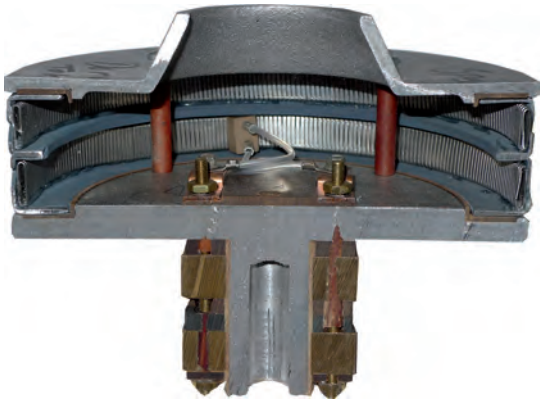
Сахарная вата, в том виде, в каком она известна сегодня, была изобретена в 1897 году зубным врачом Вильмом Моррисоном и Джоном Вартоном. Приобрела широкую известность после выставки в Сент-Луисе в 1904 году, на которой была представлена. С тех пор конструкция аппарата для ее производства не претерпела принципиальных изменений.

Аппарат сахарной ваты Gold Medal. Середина 20 века

Типы аппаратов

Стенд с аппаратом сахарной ваты и вытяжкой. ТТМ, Россия

Аппараты для производства сахарной ваты делятся по типу нагревательного элемента и по производительности. Нагревательные элементы используются следующие: спираль, ТЭН и нагрев головки газом. Причем нагрев ТЭНом может быть как непосредственным, когда ТЭН смонтирован прямо во вращательной головке, так и непрямым, когда неподвижный ТЭН находится внутри вращающейся головки. Нагрев головки газом конструктивно похож на последний вариант с ТЭНом: неподвижной газовой горелкой греют вращающуюся головку. Посмотреть на работу аппаратов можно на www.youtube.com, введя в строчку поиска «сахарная вата».



Tornado в разрезе, нагрев спиралью

Головка аппарата Twister с ТЭНом без крышки

Аппараты с нагревом ТЭНом

Преимущества и недостатки. Эти аппараты хороши своей невероятной надежностью и непритязательностью к качеству и влажности сырья. С ТЭНом ничего не произойдет за долгие годы эксплуатации. Фактически ТЭН имеет срок жизни такой же, как и сам аппарат, если, конечно, соблюдать правила эксплуатации и, прежде всего, не допускать длительную работу без сырья, то есть с ТЭНом, не погруженным в сахар.

ТЭН

Какие минусы у аппаратов этого типа? Прежде всего, это более длительное, по сравнению со спиральными, время с момента включения до начала выдачи продукции. Как правило, это около 30 секунд. Ко второму минусу следует отнести некоторые особенности эксплуатации, то, что не рекомендуется выключать одновременно нагрев и вращение, лучше дать ТЭНу остыть при вращающейся головке. При этом расплав выйдет из головки, и ТЭН будет окружен свежим сахаром, что ускорит время следующего старта. Области применения этих аппаратов - места с высокой

проходимостью и промышленное производство сахарной ваты. То есть они хороши тогда, когда их не надо часто включать и выключать, когда они работают постоянно или почти постоянно.

Аппараты с непосредственным нагревом сахара ТЭНом выпускаются двумя американскими компаниями: Cretors и Gold Medal и российской компанией ТТМ.

Компания Cretors (США) производит аппараты Ring Master 5", Ring Master 7" и Ring Master Lite, производительностью 4-6 кг/ч, 7-9 кг/ч и до 4 кг/ч соответственно.

Ring Master 5"

Компания Gold Medal предлагает аппараты серии Breeze и Super Floss, производительностью 4, 5 и 7 кг/ч.

Аппараты серии Breeze. Gold Medal, USA

Российское предприятие ТТМ выпускает несколько серий аппаратов для приготовления

Аппараты серии Breeze и Super Floss. Gold Medal, USA

сладкой ваты: Twister, Focus и Monster. Для разогрева прядильной головы во всех аппаратах используется ТЭН (трубчатый электронагреватель) спиральной формы.

Диффузор с ТЭНом

Наибольшее распространение получила бюджетная модель аппарата Twister-M с производительностью до 3кг/час. Среди прочих конкурентов данный аппарат выделяют низкая цена и высокая надежность. Еще одна модель Focus-M2 имеет повышенную производительность – 5кг/час.

Модель Twister - M и Focus-M2. ТТМ, Россия

Модель Focus-M2. ТТМ, Россия

Данные аппараты имеют пружинную подвеску шасси электродвигателя, которая исключает передачу вибрации на корпус. В транспортном положении шасси фиксируется стопорными винтами. Скорость вращения прядильной головы составляет около 2750 об/мин. Время «холодного старта», т.е. время, необходимое для разогрева остывшей головы и появления первых пучков сладкой ваты, составляет 30 секунд. Благодаря сетчатому диффузору и специальной спиральной форме ТЭНа, аппарат неприхотлив в работе и не требует частой разборки головы для очистки диффузора и ТЭНа от остатков сахарной смеси. Корпус аппаратов окрашен в яркий красный цвет. Аппараты комплектуются пластиковым ловителем с сеткой и комплектом держателей.

Прядильная голова аппаратов серии FS: Twister-FS и Focus-FS, оснащена сверхтонкими ТЭНами увеличенной мощности. Диаметр ТЭНа составляет всего 4,5мм, что позволяет уменьшить его инертность по сравнению с обычными ТЭНами, и, как следствие, на треть сократить время «холодного старта» с 30 до 20 секунд. Кроме того, указанные аппараты оснащаются индикаторами мощности – вольтметрами. При нестабильном напряжении в сетях это позволяет сразу установить необходимое напряжение на нагревательном элементе и не тратить время и сырье, выставляя его тонкой настройкой. Завод выпускает аппараты серии FS окрашенные в яркий синий цвет.

Модель twister -FS и Focus-FS. ТТМ, Россия

Модель twister -FS с ловителем. ТТМ, Россия

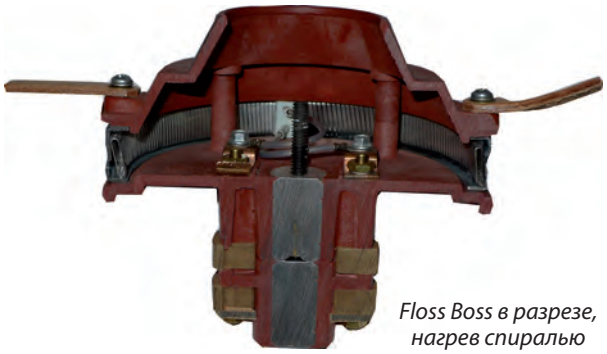
Модель twister-FS без ловителя. ТТМ, Россия

Модель Monster. ТТМ, Россия

Аппарат Monster с высокой производительностью до 8кг/ч предназначен для производства сладкой ваты в промышленных объемах.

Аппараты с нагревом спиралью

Главной особенностью этих аппаратов является почти мгновенное начало производства сахарной ваты после включения аппарата, 5-15 секунд! Это объясняется тем, что нихромовая спираль обладает очень малой тепловой инерцией и мгновенно раскаляется до требуемой температуры, начиная плавить сахар.



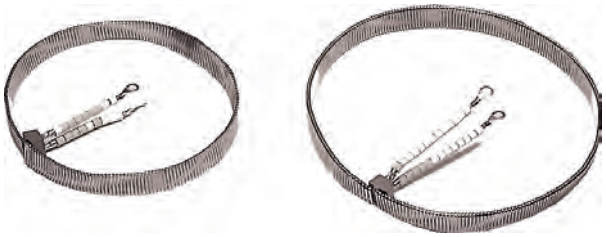
Floss Boss в разрезе, нагрев спиралью

Для каких целей хороши эти аппараты? Где они применимы? Там, где проходимость нестабильна или невелика. Если клиент появляется раз в несколько минут или реже, то нужен именно такой аппарат. У вас заказ? Отлично! Через, буквально, 30 секунд клиент получит свою порцию.

Econo Floss Gold Medal, USA

Econo Floss
Gold Medal, USA

Какие недостатки? Основной недостаток - это недолговечность и капризность спиралей, их обслуживание. Дороговизна, причем не только спиралей, но и диффузоров. Стоит обратить внимание, что спирали и диффузоры являются расходным материалом и не подлежат гарантийной замене. А спираль и диффузор могут прослужить месяцы и годы, а могут отказать через минуты. Дело в том, что в сахаре попадаются посторонние включения, в том числе может случайно попасть металлическая стружка, причем крохотная, но ее будет достаточно, чтобы замкнуть витки спирали. Влажность сахара, переходные режимы - всё это может быть причиной для выхода из строя спирали или диффузора. А эти детали, в зависимости от аппарата, могут стоить более ста долларов за спираль и более двухсот за диффузионное кольцо! Справедливости ради стоит отметить, что все-таки, как правило, они работают многие десятки часов эксплуатации при правильном уходе и обслуживании. Аппараты с нагревом сахара спиралью представлены американской компанией Gold Medal.



Аппараты для производства двухцветной ваты

Наиболее распространен аппарат Twinwind от компании Gold Medal (США). Его головка разделена на две камеры, каждая из которых имеет собственный диффузор со спиралью. Как происходит процесс приготовления? Вы подумали, что надо одновременно включить обе спирали и наматывать на палочку двухцветную вату? Нет! Если делать так, то волокна разного цвета смешиваются, и получается одноцветная вата. Ее цвет будет в соответствии с законами смешения цветов, то есть если используются голубой и желтый красители, то вата получится зеленой. Добавим, что электрическая схема аппарата такова, что включить одновременно обе спирали невозможно.

Twinwind
Gold Medal, USA

Как же получают двухцветную вату? Сначала включают одну спираль и делают намотку нескольких витков одного цвета, а потом переключают нагрев на вторую спираль и доматывают вторым цветом. Процесс не требует спешки, в среднем 1 порция готовится за 1 минуту.

Обычно двухцветную вату делают в местах с высокой проходимостью и делают обычными аппаратами, мотая сначала на одном первый цвет, а потом на втором другой.

В 80-х и 90-х годах в Италии производили 4-х цветные аппараты, но широкого распространения они не получили.

В силу высокой инерционности аппаратов с ТЭНами, двухцветные аппараты делаются исключительно с нагревом спиралью, чтобы переход с цвета на цвет происходил за минимальное время. Посмотреть на работу такого аппарата можно на www.youtube.com, введя в строчку поиска «двухцветная сахарная вата» или просто «сахарная вата».

Аппараты для массового производства

В условиях массового производства используют аппараты Tornado от компании Gold Medal (США), Ring Master 7" от компании Cretors (США) и Monster от компании ТТМ (Россия), отличающиеся высокой производительностью.

Tornado Gold Medal, USA

Ring Master 7" Cretors, USA

Monster TTM, Россия

Производительность аппарата Monster при высокой сноровке оператора может достигать 8 кг в час. Вместимость прядильной головы аппарата – 700г. Время приготовление одной порции составляет всего 20-25 секунд. Аппарат оснащен вольтметром для индикации уровня мощности. Корпус аппарата окрашен цветом серебристый металлик.

Вендинговые аппараты сахарной ваты

Вендинговые аппараты или автоматы - это полностью автоматические устройства, осуществляющие процесс производства и реализации, или только реализации, товаров и услуг. Вендинговые аппараты или сокращенно вендинги сахарной ваты появились совсем недавно. Сегодня они производятся двумя компаниями в мире: ирландской Intermatic и одной китайской компанией.

Вендинговый аппарат Candy Floss, Intermatic

Аппарат от Intermatic (Великобритания) представляет собой полный автомат, который осуществляет следующие операции:

1. Хранение необходимых компонентов: сахарного песка в смеси со вкусоароматической добавкой (например, Flossine), специальных палочек, сделанных из плотно намотанной бумаги (другие не подходят!), воды.
2. Прием денег. Купюроприемник программируется на русские банкноты, принимает 10, 50 и 100 рублей. Деньги считаются и учитываются. Сдачу автомат не дает
3. Подача очередной палочки из бункера, смачивание ее водой (чтобы вата прилипала)
4. Изготовление сахарной ваты путем наматывания ее на вращающуюся палочку.
5. Выдача порции сахарной ваты покупателю через специальный шлюз.

Приведем интересную статистику. Цифры не из России, но они дают представление о возможностях этого бизнеса. Оператор сети вендинговых аппаратов может рассчитывать на следующие продажи: парки отдыха - до 1200 порций в неделю; кинотеатры, боулинги - до 500 порций в неделю.

Сырье и добавки

Для изготовления сахарной ваты годится практически любой сахар, свекловичный или тростниковый. Он должен быть крупнокристаллическим (не пудра) и не содержать посторонних включений. К сахару добавляют вкусоароматическую добавку. Наиболее распространены во всем мире и у нас добавки Flossine от компании Gold Medal (США). Добавка вводится в сахарный песок в весьма небольшом количестве, в пропорции 1-2 столовые ложки с горкой на каждые 4,5 кг сахара, и тщательно перемешивается.

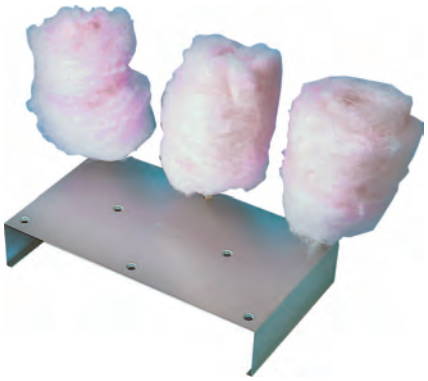
В ряде стран мира можно купить уже готовую для применения смесь: сахар, замешанный с добавкой. Такая смесь от компании Gold Medal (США) называется Flossugar. Можно ожидать, что с течением времени такой удобный продукт появится и в России.

Добавки Flossine производятся в широком ассортименте, более 10 видов. Но в силу разного отношения к пищевым красителям в России и США, часть «палитры» не разрешена к ввозу на отечественный рынок. К слову, по законодательству Украины, ввоз таких добавок вообще запрещен, так что те Flossine, которые там продаются, ввезены контрабандой.

Вредны ли они? Не более чем любые конфеты или другие пищевые продукты, имеющие цвет и запах, отличные от натурального. Так что синие карамельки и зеленая газировка по вредности ничуть не уступают фруктовой сахарной вате а проще говоря, также безобидны.

Возвращаясь к добавкам, в России продаются такие сорта: «клубника», «банан», «вишня», «апельсин», «зелёное яблоко», «ежевика», «лимон», «виноград», «ваниль», «арбуз», «бубль гум», «пина колада». Наиболее популярными являются «клубника» (24%), «банан» (14%), «вишня» (12%), «апельсин» (12%), «зелёное яблоко» (12%).

Сервировка и упаковка



В классическом виде сахарную вату делают на палочке, на которой она и сервируется. Вату наматывают по мере ее образования в ловителе на палочку, которую перемещают по окружности, рядом с внешними сторонами ловителя, одновременно вращая ее вокруг собственной оси. Палочки в России используют пластмассовые, которые перед использованием необходимо смочить в воде, чтобы вата прилипала к ним. Россия в этом отношении уникальна, потому что во всем мире используют бумажные конусы или деревянные палочки, к которым из-за их естественной шероховатости вата прилипает без смачивания. Это удобнее и гигиеничнее. Да и красивее. Сейчас профессионалы в России постепенно переходят на бумажные конусы, несмотря на чуть большую стоимость.

Подача на палочке возможна, только если вата производится непосредственно в местах реализации: парках, цирках и т. д. Если же производство и реализация разорваны в пространстве или во времени, то возникает нужда в упаковке. Для упаковки ваты в концессионном бизнесе используют пластмассовые пакеты или контейнеры с герметичными крышками. Пакеты и контейнеры, как правило, имеют нанесенные флексографическим способом яркие картинки. Вата «живет» в них до нескольких месяцев.

Витрина напольная «дерево» четырехъярусная для ПЭ пакетов с сахарной ватой. Gold Medal, USA

Вообще, главный «враг» ваты - это влажность. Вата гигроскопична, «с удовольствием» впитывает влагу, нити теряют упругость и форму, вата «опадает». Чем выше влажность воздуха, тем короче век этого лакомства. Поэтому при производстве ваты надо уделить вопросу влажности помещения первостепенное значение. В простейшем варианте можно использовать обычный бытовой кондиционер, который понижает влажность воздуха. Но правильное решение - это специальный промышленный осушитель воздуха. Специальное оборудование используется, если вату планируется реализовывать через торговую сеть, если нужна «жизнь» ваты на протяжении месяцев. Если же Вы планируете реализовать вату в тот же день, то условия, в которых она делается, не так важны.

Аппарат для надувания пакетов. Gold Medal, USA

Срок реализации и хранения сахарной ваты

Как было упомянуто, красивая и воздушная порция сахарной ваты очень недолговечна. Вата гигроскопична, впитывая в себя влагу из окружающего воздуха, вата «опадает», уменьшаясь в размерах, теряет товарный вид и привлекательность. В зависимости от влажности окружающего воздуха порция сахарной ваты без упаковки живет от десятков минут до нескольких часов. В любом случае, нельзя готовить вату впрок, стоит ориентироваться на максимальный срок между производством и реализацией минут в десять, не более.

Срок реализации можно продлить, если поместить готовую вату в упаковку. Для этих целей используют полиэтиленовые или полипропиленовые пакеты или полиэтиленовые «ведерки».

Обычно упаковка имеет яркий, привлекательный дизайн, ведь основные потребители - это дети и молодежь.

Срок реализации сахарной ваты в такой упаковке может доходить до месяца, иногда больше. Дело в том, что такая упаковка все-таки тоже пропускает воздух вместе с содержащейся в нем влагой, и вата так же теряет свои свойства. Существенно меньше пропускают воздух фольгированные пакеты. В них вата может храниться месяцами.

Несколько лет назад в продаже появилась вата, упакованная по технологии Слигвайт. Поскольку интересующиеся этим бизнесом часто спрашивают про подобную упаковку, то сообщим, что она защищена патентом производителя, и повторить ее не удастся. Придумывайте что-то свое, оригинальное, либо приобретайте лицензию у производителя.

ЗАМОРОЖЕННЫЕ ДЕСЕРТЫ:
слаш, смузи, сноу коун и шейв айс

Стаканы фигурные для СЛАШ

Рынок замороженных десертов на Западе, Юге и Востоке нашей планеты огромен. Это многомиллиардная долларовая индустрия, которая год от года растет и растет. В России самым известным и любимым пока что является мороженое, существует огромное множество его видов и сортов. Однако есть и другие неизведанные для киноконцессионеров доселе «пути», сулящие очень неплохие перспективы.

Вначале об истории предмета. Известно, что многие весьма неплохие идеи частенько приходят в голову сразу нескольким людям, которые к тому же могут быть удалены друг от друга на сотни и тысячи километров. Естественно, и названия таким воплощенным идеям даются разные, тем более что «оттенки», бывает, меняют и суть. Но не в нашем случае. «Рожденные» в разных южных широтах, на разных континентах и получившие разные названия, замороженные и взбитые со льдом соки, фрукты и ягоды нравятся всем.

В России с фруктами до недавнего времени было туговато. Вряд ли деловому человеку 19 века, ведущему хозяйственную деятельность в северных широтах России, в Сибири и на Дальнем Востоке пришло бы в голову морозить соки с водой или просто воду с сиропом и продавать их зимой в виде снежной крошки. Разве что в бане. Да и в 20м веке ситуация была не лучше. А вот в наше время, в условиях полностью изменившейся городской среды обитания и доступностью новых товаров, не оценить перспективы такого рынка в России было бы очень недальновидно.

Итак, что такое слаш, смузи, сноу коун и шейв айс, что у них общего с мороженым, сорбетто, итальянским льдом, шербетом, гавайским льдом, фраппе и гранитой. Общего очень много: все эти десерты имеют фруктово-ягодную основу, разнообразны, универсально популярны у всех слоев и возрастов населения. И высокодоходны для предпринимателя. А что их отличает? В принципе, только происхождение названия и некоторые особенности состава, ведь в Таиланде и Италии есть как одинаковые, так и разные фрукты и соки.

Слаш, сорбетто, шербет, фраппе

Американский слаш (англ. slush) - это, в принципе, то же самое, что и «итальянский лед», и гранита: смесь фруктовых соков, сахара, воды, натуральных или идентичных натуральным ароматизаторов, замороженных по принципу мороженого, при постоянном перемешивании. Слаши могут быть также на основе шоколада, кофе, колы, йогуртов и молока. Их очень легко приготовить дома, вначале заморозив в холодильнике фруктовую смесь и затем разбив кусочки фруктового льда в блендере. Коммерческие слаши готовятся в гранитораx. Если в состав слаша входит пектин, то это уже сорбетто, или сорбет. А если алкоголь или пряности со специями, или и то, и другое, это уже называется «шербет». Его текстура мягче, а температура заморозки ниже. В США шербетом называется безалкогольный слаш с молочной составляющей. А если нанести на слаш (допустим, шоколадный или кофейный) «шапочку» из взбитых сливок, то это уже фраппе. Коммерческие слаши готовятся из концентратов, которые могут быть порошковыми или жидкими. Порошковые слаши очень удобны. Вы просто добавляете в него 84-86% воды и замораживаете.

Смеси для приготовления десерта СЛАШ

В зависимости от желаемой густоты слаша выставляете температуру замораживания. В процессе замораживания слаш увеличивается в

объеме на 10-14%. Слаш можно отнести к напиткам в большей степени, чем к десертам.

Приготовление и сервировка слаш

Самый простой и быстрый способ приготовления слаша.

Что нужно:

1. Сухая «Смесь для приготовления замороженных десертов слаш» в упаковке, 0,95 кг или 1,2 кг.

2. Вода питьевая (6 л или 7,8 л), комнатной температуры.
3. Стакан для слаша - «Флейта» объемом 0,35 л или 0,4 л с трубочкой и крышкой.

Аппарат для замороженных напитков FBM2L. Bras, Италия

Аппарат для замороженных напитков FBM3L. Bras, Италия

Как готовить:

1. Заливаем воду в ванну гранитора, например итальянской фирмы Bras, включаем аппарат, запускаем режим «напитки/перемешивание».
2. Равномерно засыпаем смесь, доливаем воду. Даем смеси хорошенько перемешаться, включаем режим охлаждения смеси.

3. Через 5-10 минут включаем режим «слаш». Через 15 минут слаш готов.

Как сервировать:

1. Заполнить стакан «Флейта» слашем, не встряхивая стакана. По желанию долить 1/3 объема лимонадом. Можно сочетать разные вкусы и близкие по спектру цвета. Чтобы разные цвета слаша дольше не смешивались, держите пустые стаканы в холодильнике
2. Закрыть стакан крышкой с трубочкой.

Смузи

Смузи (англ. smoothie) в США пришли из Южной Америки, богатой экзотическими фруктами, и сделались чрезвычайно популярными в середине 60-х годов прошлого века в связи с распространением учения о макробиотике. Макробиотика - буквально «долгая жизнь», а чтобы ее достичь, нужна особая макробиотическая диета, в основе которой фрукты, соки, продукты с низким содержанием жира, обилием клетчатки, зерновыми, овощами и соевыми фитоэстрогенами. Смузи – это взбитые в блендере со льдом и соком свежие или консервированные фрукты и ягоды, с добавлением йогурта или без. Это вкусный, здоровый, диетический и сытный снэк. Именно снэк, прием пищи, а не напиток или десерт. Смузи очень популярны в США. Помимо огромного разнообразия смузи на полках супермаркетов, в США функционируют и открываются специализированные смузи бары, где они готовятся по фирменным и индивидуальным рецептам и позиционируются как здоровая замена приему пищи, то есть как полноценный пункт меню. Что касается специализированных магазинов замороженных десертов, то там смузи позиционируются как десерт. Дальнейшие научные разработки позволили превратить современный смузи в энергетический напиток.

В Европе несколько десятилетий назад смузи назывались фраппе и без всякой макробиотики нравились всем без исключения. Единственным отличием была взбитая пенка на поверхности, то есть, если пенка есть, это фраппе. Сейчас фраппе и смузи разный продукт. Под фраппе больше понимается охлажденный кофе или шоколад с пышной пенкой из взбитых сливок и карамелью, а смузи – оно теперь и в Европе смузи. Для коммерческих целей также используются фруктовые концентраты, которые могут быть и порошковыми.

Сноу коун, шейв айс

Сноу коун (англ. Sno-Kone© – снежный конус) и шейверованный лед, иначе шейв айс (англ. shave ice – бритый лёд), часто называют гавайским льдом. В принципе, это одно и то же. Различие в величине кристалла. Сноу коун имеет более крупную и грубую текстуру снега, в то время как шейв айс – это очень мелко шейверованный лед. Считается, что дети любят сноу коун, а, если в кино или на фуд корт приходит семья, то предпочтение отдается шейв айсу.

Для того чтобы приготовить сноу коун, нужен льдогенератор, сноу коун машина и сиропы.

Для шейв айса также нужен льдогенератор или покупной лед в брикетах, шейвер и сиропы.

Принцип действия аппаратов для сноу-коун и шейв айса одинаков:

1. Загрузить лёд в загрузочный бункер соответствующего аппарата, включить оборудование.
2. Заполнить порционный стакан измельченным льдом.
3. Добавить в стакан сироп, вставить трубочку-ложечку.

АВТОРСКОЕ ПОСЛЕСЛОВИЕ

Где еще раз хотелось бы сказать: концессия – это хороший бизнес. Несложный, доступный, недорогой. Способный принести миллионы и не только в рублях.

В каждом парке, в каждом аэропорту, на каждом стадионе, не говоря уж о кино, есть концессия, а ее владельцы часто даже и не подозревают, что эта «курица» может нести не только обычные яйца. Ведь, «если у Вас есть груда кирпичей, это еще не значит, что Вы каменщик». Чтобы им стать, желательно понять, КАК строить, что мы и попытались сделать в этой книге, отдав данному бизнесу более 20 лет своего опыта.

Авторы будут благодарны за все замечания и комментарий, которые просим присылать по адресу

trapeza@trapeza.ru

ДЛЯ ЗАМЕТОК

КИНОБАР

ПОПКОРН

НАЧОС

САХАРНАЯ ВАТА

СЛАШ

МЕНЮБОРДЫ

БАРНЫЕ СТОЙКИ

УСКОРИТЕЛИ ПРОДАЖ

Ответы на все основные вопросы по технологии изготовления и продаж