

Obsah

Úvod.....	5
1 Teoretický prehľad riešenej problematiky.....	7
1.1 Základy neurogastronómie.....	7
1.1.1 Definícia, význam a história neurogastronómie.....	7
1.1.2 Prepojenie medzi gastronómiou, neurovedou a psychológiou.....	9
1.1.3 Základné zmyslové vnímanie: chuť, čuch, hmat a ich integrácia v mozgu.....	10
1.2 Neurovedecké a psychologické aspekty vnímania jedla.....	11
1.2.1 Neurovedné základy: ako mozog spracováva chute a vône.....	11
1.2.2 Emócie a ich úloha v zmyslových zážitkoch.....	14
1.2.3 Kognitívne procesy a rozhodovanie, pamäť a asociácie.....	16
1.3 Multisenzorické prístupy v gastronómii.....	18
1.3.1 Inovatívne prístupy k vytváraniu multisenzorických gastronomických zážitkov.....	18
1.3.2 Aplikácie pre budúce smerovanie gastronómie.....	21
1.4 Inovatívne výskumné metódy a technológie.....	23
1.4.1 Využitie biometrických technológií.....	23
1.4.2 Praktické aplikácie výskumu: experimenty v laboratóriách a reštauráciách.....	29
1.5 Aplikácie a budúce smerovanie gastronómie.....	34
1.5.1 Vplyv dizajnu jedál a pohostinstvo: reštauračné koncepty a marketing.....	34
1.5.2 Etické otázky a zodpovedné využitie neurogastronómie.....	36
1.5.3 Budúce trendy: technologické inovácie a ich potenciál pre transformáciu gastronómie.....	36
2 Cieľ publikácie.....	41
2.1 Štúdia 1.....	41
2.2 Štúdia 2.....	41
2.3 Štúdia 3.....	42
3 Materiál a metódy.....	43
3.1 Štúdia 1.....	43
3.2 Štúdia 2.....	45
3.3 Štúdia 3.....	47
4 Výsledky a diskusia.....	50
4.1 Štúdia 1.....	50
4.2 Štúdia 2.....	58
4.3 Štúdia 3.....	66
Záver.....	76
Zoznam použitej literatúry.....	78

Úvod

Na svete existuje nespočetné množstvo reštaurácií a gastronomických zariadení, ktoré vynikajú unikátnym dizajnom, architektonickými prvkami či štýlom. Avšak to, čo hostia skutočne hodnotia, sú dojmy a emócie, ktoré si z týchto miest odnášajú – od prvého kroku do prevádzky až po posledné sústo na tanieri. Vstup do sveta gastronómie zahŕňa oveľa viac než jedlo samotné – je o vytváraní zážitkov, ktoré oslovujú všetky zmysly.

Jedlo možno vnímať ako formu umenia, ktoré priamo oslovuje naše emócie. Identický pokrm, prezentovaný odlišným vizuálnym spôsobom, môže u konzumentov vyvolať rôzne emocionálne aj kognitívne reakcie. Vizuálna stránka je často prvým podnetom, ktorý formuje percepciu jedla, zatiaľ čo vôňa sa v pamäti udržiava dlhšie než samotná chuť. Estetika servírovania vytvára očakávania týkajúce sa lahodnosti, kvality či harmónie chutí a prispieva k celkovému hodnoteniu gastronomického zážitku. Tieto faktory následne ovplyvňujú nielen množstvo skonzumovaného jedla, ale aj správanie jednotlivcov v kontexte stolovania.

Táto vedecká monografia prináša systematický pohľad na prepojenie spotrebiteľskej neurovedy a gastronómie so zameraním na to, ako rôzne formy prezentácie jedál ovplyvňujú senzorickú percepciu, emocionálne reakcie a rozhodovacie procesy spotrebiteľov. Publikácia zároveň poskytuje praktické odporúčania pre gastronomický sektor, ktorý sa dynamicky transformuje na priestor zážitkov a inovácií. Predkladaný text zdôrazňuje, že jedlo nemožno chápať výlučne ako nutričný prostriedok, ale aj ako nástroj formujúci skúsenosť a podporujúci vytváranie trvalých spomienok.

Vedecká monografia vyšla vďaka finančnej podpore v rámci projektu VEGA 1/0624/22 „*Neurogastronómia: aplikácia implicitných a explicitných prístupov v modernej zážitkovej gastronómii a ich vplyv na spotrebiteľské správanie*“.

Autori