

Л.О. Касілова, канд. техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

Б.Б. Богштейн, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ФІЛОСОФСЬКІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ НАЗВИ ФІРМОВОЇ (НОВОЇ) КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Сучасні ресторани технології не можливі без розробки і впровадження нової креативної кулінарної продукції – фірмових страв, споживчий попит або «життєвий шлях» яких залежить від безлічі факторів: вдалого поєднання рецептурних компонентів, споживчої цінності або відповідності харчової цінності запитам сучасного споживача, що мають певний рівень культури харчування.

Одним з найважливіших факторів формування споживчого попиту на продукцію є його назва. У практиці діяльності підприємств ресторанного господарства, що склалася, сформувалися два підходи до побудови найменувань рецептур кулінарної продукції:

– побудова найменування рецептур для чіткої організації виробничої діяльності підприємства;

– побудова найменування рецептур для відвідувачів з метою залучення уваги споживачів до продукції, з метою її рекламування.

Перший підхід до побудови найменувань рецептур направлений на формування уявлення про склад страви. У цьому підході реалізуються фахові поняття для кращого та однозначного розуміння особливостей страви, використовується професійна лексика, яка забезпечує логічну структуру побудови назви страви. Такій підхід спрямовано на запобігання неоднозначності сприйняття особливостей страви, тобто у формуванні назви страви формуються прагматичні функції: назва повинна бути лаконічною, конкретною, однозначною і відповідати певному досвіду, який склався у галузі. У створенні назви використовуються ключові слова як базові: борщ, котлета, запіканка.

Перший підхід до побудови найменувань рецептур є стандартизованим, обов'язковим при розробці технологічної документації для всіх типів підприємств ресторанного господарства. У цьому підході реалізуються усталені правила: у найменування рецептури вводяться сировинний компонент, який зумовлює відмітні особливості страви (борщ з картоплею, суп з крупою і т.п.); позначення виду продукції і сировини, з якого вона приготована (запіканка капустияна, котлета картопляна); спосіб обробки основного продукту (буряк маринований, м'ясо тушковане);

При побудові найменування рецептур повинні дотримуватися наступних вимог:

– найменування рецептури повинне розкривати її зміст, у зв'язку з чим повинно бути вказано вид сировини (зрази рубані рибні, зрази рубані м'ясні); бути адекватним компонентному складу рецептури (салат овочевий) і технології його приготування (страви натуральні, рубані, з котлетної чи кнельної маси);

– назва одній і тій же ж страви, яка включена до різної нормативної і технічної документації, повинна бути єдиною.

Другий підхід до побудови найменувань рецептур призначений для відвідувачів. Він не припускає наявності обов'язкових правил, які використовуються при формуванні найменувань виробничих рецептур і не розкриває особливості страви.

У побудові найменувань відсутні ключові слова як базові, тобто можуть використовуватися переносні значення. Цей підхід реалізується у відкритій мережі.

У формуванні найменувань рецептур можуть бути використані різні філологічні конструкції, певні евристичні можливості, що характеризуються емоційним забарвленням: «Соломон» (стейк з лосося з соусом), корейка «Анатоль». Як у літературній, так і в кулінарній творчості популярні жіночі образи: десерт «Ромова баба», випічка «Бабка сирна», салати «Дівоча ніжність», «Весняний поцілунок», «Гещин язык».

Поширюється мода давати назви страв на прізвище їх творця (мнимого, вигаданого, легендарного або дійсного) або по імені тієї особи, яка їх вперше замовила чи за назви власника.

Проте лексика повинна відповідати нормам сучасної літературної мови. Припустимо використовувати запозичену лексику. Але бажано не запозичати чуже слово за наявності українського відповідника. Історія назв страв свідчить, що спочатку завжди народжувалася страва, а потім їй приписувалася і, зрештою, за нею закріплювалася та чи інша назва. Назви страв, створені багатовіковим розвитком кожного народу, повинні залишатися національними, незмінними і строго відповідати традиційному своїм змістом і пов'язаною з ним технології.

Створення цікавих назв та описів може стати сильним аргументом на користь ресторану і сприяти підвищенню лояльності клієнтів до закладу.