

УДК 338.48
DOI 10.17513/fr.43561

МАСТЕР-КЛАСС КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ УСЛУГ НАЦИОНАЛЬНЫХ КУХОНЬ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ Г. ВЛАДИВОСТОКА

¹Шеметова Е.В., ^{2,3}Бойцова Т.М.

¹Владивостокский государственный университет, Владивосток, e-mail: elena.shemetova@vvsu.ru;

²Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет, Владивосток;

³Дальневосточный федеральный университет, Владивосток

В настоящее время кулинарные мастер-классы являются модным вариантом досуга жителей городов, который не требует серьезных временных и материальных затрат, это мероприятие, на котором все желающие могут получить новую информацию и на практике обучиться приготовлению современных, необычных и вкусных блюд. Мероприятия кулинарной направленности являются важной составляющей гастрономического туризма, а региональные пищевые ресурсы (рыба, морепродукты, дикоросы и пр.) характеризуют аутентичность дальневосточной кухни. В ходе исследования были проработаны теоретические аспекты организации мастер-классов, задачи, которые решают кулинарные мероприятия подобного формата, а также критерии их оценки. В статье проведен анализ услуг предприятий-организаторов кулинарных мастер-классов в г. Владивостоке с учетом кулинарной специализации и стоимости. В ходе анкетирования жителей города выявлены предпочтения в формате участия в гастрономических мероприятиях, их кулинарной специализации, тематики, стоимости и продолжительности. Проведена оценка мастер-классов потребителями по техническому оснащению, гостеприимству, обслуживанию, технологическому процессу по пятибалльной шкале. На основе комплексного исследования авторами предложены сегментирование мастер-классов в зависимости от формата проведения и предприятий-организаторов, а также определены направления для дальнейшего развития.

Ключевые слова: мастер-класс, гастрономическое мероприятие, национальная кухня, услуга питания, дальневосточная кухня, г. Владивосток

MASTER CLASS AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF NATIONAL CUISINE SERVICES IN THE TOURIST MARKET OF VLADIVOSTOK

¹Shemetova E.V., ^{2,3}Boitsova T.M.

¹Vladivostok State University, Vladivostok, e-mail: elena.shemetova@vvsu.ru;

²Far Eastern State Technical Fisheries University, Vladivostok;

³Far Eastern Federal University, Vladivostok

Currently, culinary master classes are a fashionable leisure option for city residents, which does not require serious time and material costs, this is an event where everyone can get new information and learn how to cook modern, unusual and delicious dishes in practice. Culinary events are an important component of gastronomic tourism, and regional food resources (fish, seafood, wild plants, etc.) characterize the authenticity of Far Eastern cuisine. In the course of the study, the theoretical aspects of the organization of master classes, the tasks that solve culinary events of this format, as well as the criteria for their evaluation were worked out. The article analyzes the services of enterprises-organizers of culinary master classes in Vladivostok, taking into account culinary specialization and cost. During the survey of residents of the city, preferences in the format of participation in gastronomic events, their culinary specialization, subject matter, cost and duration were revealed. The evaluation of master classes by consumers on technical equipment, hospitality, service, technological process on a five-point scale was carried out. Based on a comprehensive study, the authors proposed segmentation of master classes depending on the format of the event and the organizing enterprises, and also identified areas for further development.

Keywords: master class, gastronomic event, national cuisine, catering service, Far Eastern cuisine, Vladivostok

Мастер-класс – оригинальный метод обучения и конкретное занятие по совершенствованию практического мастерства, проводимое специалистом в определённой области творческой деятельности для лиц, достигших достаточного уровня профессионализма в этой сфере деятельности.

Как правило, при проведении мастер-классов применяют авторские методики, т.к. отсутствуют строгие регламенты. Особенности мастер-классов являются следующие

моменты: работа в небольших группах; создание условий для включения всех участников мастер-класса в активную деятельность; демонстрация приёмов, раскрывающих творческий потенциал мастера и участников мастер-класса; активизация познавательной деятельности всех участников мастер-класса. На современном этапе развития мастер-классы как организационно-технологические инновации в ресторанной индустрии становятся популярной услугой [1].

На мастер-классе можно познакомиться с новыми людьми и найти себе единомышленников по интересам, а также лучше узнать устройство кухни и технологию приготовления изнутри. Рассмотрим задачи, которые решают мастер-классы гастрономической тематики: коммуникационная (взаимодействие и общение между участниками и профессионалами гастрономии); познавательная (знакомство с традициями национальных кухонь и их местом в народной бытовой культуре); гигиеническая (применение безопасных и санитарно-гигиенических приемов; рациональное и здоровое натуральное питание); технологическая (приготовление кулинарных блюд, напитков; рациональная организация труда); товароведческая (определение признаков доброкачественности продуктов; взаимозаменяемость продуктов); техническая (технологическое оборудование, инвентарь, весоизмерительные приборы); эстетическая (художественное оформление блюд и сервировка стола) [2].

При организации кулинарных мероприятий очень важно учитывать следующие аспекты: целевая аудитория, тематика мероприятия и его продолжительность, доступность сырья и разнообразие национальных кухонь, взаимодействие и общение между участниками и профессионалами гастрономии. Также авторы обозначают такие организационные аспекты, как функции организаторов мероприятий и алгоритм организации гастрономических мероприятий, состоящий из последовательно выстроенных и отработанных этапов [3; 4].

Отдельного внимания заслуживает оценка мероприятий гастрономического характера. Так, Толкачев А.Н. выделяет критерии, по которым можно оценивать конкурентоспособность мастер-классов: актуальность и наличие спроса; оригинальность представленного опыта; методическая и практическая ценность; качество мастер-класса (глубина, полнота содержания, решение поставленной проблемы) [5]. Другие исследователи предлагают проводить оценку качества и уровня обслуживания потребителей мероприятий по методике «Тайный покупатель» [6].

В приготовлении национальных блюд есть определенные принципы: технология приготовления блюд, способы технологической обработки продуктов, специальные (национальные) продукты питания, специальное оборудование и посуда для приготовления, национальные приправы и соусы. Интерес к другим национальным традициям широко используется для привлечения

публики при организации разного рода развлекательных мероприятий.

Цель исследования – на основании теоретических и практических материалов проанализировать услуги кулинарных мастер-классов как инструмента развития услуг национальных кухонь в г. Владивостоке.

Материалы и методы исследования

Материалами исследования послужили данные органов государственной статистики, сеть Интернет, периодическая печать. В работе использованы методы системного и статистического анализа, наблюдение, сравнение, анкетирование.

Результаты исследования и их обсуждение

Город Владивосток, являющийся административным центром Приморского края, как площадка реализации гастрономических мероприятий имеет следующие предпосылки:

- большая территория и разнообразие сельских поселений способствуют возможности ознакомления с фермерской кухней и биопроизводством, которое набирает популярность в последнее время;

- историческое проживание малочисленных коренных народов (нанайцы, негидальцы, нивхи, орочи, удэгейцы, ульчи, эвенки, эвены) содействует знакомству с национальной и уникальной кухней, характерной только для Приморского края;

- климатические условия и географическое расположение позволят попробовать свежие ягоды и грибы;

- доступность морских деликатесов.

Одним из самых передовых видов туризма Приморского края и г. Владивостока является гастрономический туризм, который предусматривает широкий спектр проводимых мероприятий (фестивали, выставки, экскурсии, туры, мастер-классы и др.). В настоящее время в Приморском крае насчитывается 1593 предприятия общественного питания (659 закусочных и столовых, а также 934 ресторана и бара), что составляет 21,6% предприятий питания Дальневосточного региона [7]. В городе Владивостоке около 800 единиц [8], которые, согласно собственным исследованиям авторов, распределяются на определенные типы (табл. 1).

Во Владивостоке находится значительное количество предприятий питания различных национальных кухонь, причем каждый год открываются все новые. Так, согласно данным открытых источников, в настоящее время кулинарная специали-

зация предприятий питания представлена следующим образом: европейская кухня – 18%, китайская – 14%, японская – 11%, итальянская – 10%, паназиатская, русская и грузинская кухни по 9%, корейская – 7%, среднеазиатская – 5%, дальневосточная и иные кухни по 4%.

Дальневосточная кухня – новый гастрономический феномен, возникший на Тихоокеанском побережье России и вобравший в себя традиции переселенцев, коренных народов, домашней кухни жителей Дальнего Востока вместе с азиатскими заимствованиями. Современная дальневосточная кухня выражает стремление дальневосточников из разнородных культур сформировать яркую и независимую идентичность, использует много «диких» продуктов и даже культивируемые (мидия, трепанг, гребешок), которые выращиваются в естественной среде [9]. В настоящее время данная кулинарная специализация представлена более чем в 10 предприятиях питания г. Владивостока и имеет удельный вес от 20 до 50% в общем меню предприятий (MORE Seafood Bar (51%) [10], OGONEK (47%) [11], Novik Country Club (37%) [12], Rakushka (32%) [13], Zuma (31%) [14], «Русский» (29%) [15], Syndicate – Port cafe (28%) [16] и другие).

Многие предприятия питания и кулинарные студии города подхватили модную тенденцию по проведению мастер-классов. Так, мастер-классы проводятся для детей и для взрослой аудитории, они занимают лидирующую позицию в данном направлении гастрономических мероприятий (табл. 2) [17].

Длительность мероприятий от 1 часа для детей от 8 лет, от 2 до 3 ч для детей старше 8 лет и взрослых, если мастер-класс проводится на предприятии питания, и в основном 3 ч и более – на базе кулинарных

студий. Преимущественно мастер-классы проводятся в выходные дни или в вечернее время будних дней, для детей предлагаются дневные мероприятия в выходные дни, в том числе в каникулярное время и преимущественно в студиях. Чаще всего на мастер-классы необходима запись заранее, также на сайтах есть формы обратной связи, что помогает организаторам поддерживать связь с участниками. При посещении мастер-классов выдается необходимая форма (поварская куртка или фартук, шапочка, перчатки и пр.).

С целью выявления потребительских предпочтений в гастрономических мероприятиях было проведено анкетирование при помощи Google Forms весной 2023 г. Анкета состояла из 11 вопросов закрытого типа. Выборка (224 человека) носила случайный характер. В нее вошли жители города Владивостока, участвовавшие в событийных мероприятиях гастрономической тематики «Фестиваль мидий 2023» и городском празднике Мидия Саммит [18].

Большинство опрошенных – молодые люди до 35 лет (55%), люди 35-55 лет (21%) и старше 55 лет (22%). Самыми популярными мероприятиями среди потребителей являются дегустации и мастер-классы. Это можно объяснить тем, что и детям и взрослым интересно пробовать новые сочетания в развлекательной форме, а также принимать участие в приготовлении блюд. Что касается форматов мероприятий, то наиболее популярными являются мастер-классы в групповом и индивидуальном формате (39%), дегустации (33%), а также гастрономические встречи с друзьями (19%). Почти половина опрошенных ответили, что готовы потратить на мероприятие до 2500 рублей. Важно было выяснить, какую национальную кухню предпочитают потребители (рисунок).

Таблица 1

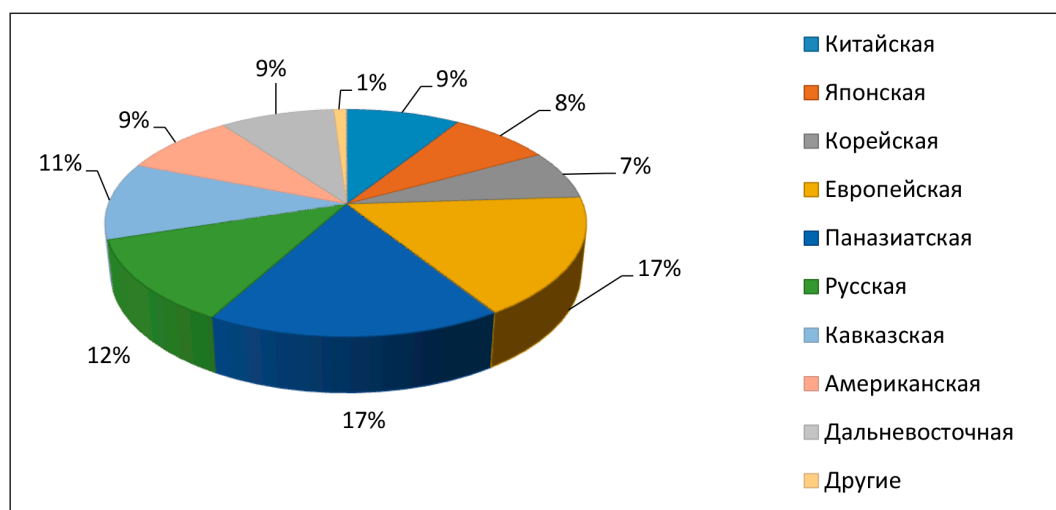
Характеристика предприятий питания г. Владивостока

Тип предприятия питания	Доля на рынке, в %	Средний чек, руб.
Ресторан	15	2000
Бар	13	2300
Кафе	21	1500
Предприятие быстрого обслуживания	16	600
Пекарня / кондитерская	9	500
Пиццерия	10	700
Кофейня	8	800
Столовая	8	400

Таблица 2

Кулинарные мастер-классы г. Владивостока

Кухня	Блюдо	Организатор	Стоимость, руб.
Итальянская	Пицца	Ресторан «Gastroli Grill»	400
	Кальцоне		
	Ризотто	Школа ДВ кухни	3750
	Паста		3950
	Равиоли		3600
	Паста + десерт	Кулинарная студия: Кухня	2500
	Пицца	Детский центр Kid's City	699
	Паста + напиток	Кулинарная студия: Кухня Дети	1200
Испанская	Паэлья + салат	Кулинарная студия: Кухня	3500
Английская	Ростбиф	Школа ДВ кухни	3450
Грузинская	Хинкали	Ресторан «Супра»	500
	Хачапури		
Европейская	Кондитерские изделия	Детский центр Kid's City	699
		Ресторан Gastroli Grill	400
Американская	Бургер	Ресторан Gastroli Grill	400
	Кондитерские изделия	Детский центр Kid's City	699
	Стейк	Школа ДВ кухни	4500
Китайская	Лапша / овощи / мясо		3450
Русская	Вареники и пельмени	Кулинарная студия «Сливки Оливки»	5000
	Сдобная выпечка		5000
	Пряники / роспись	Школа ДВ кухни	4050
Дальневосточная	Осьминог	Школа ДВ кухни	3850
	Устрицы		4100
	Краб		3750
	Оленина		3900
	Лосось		3800
	Угольная рыба		3700
	Гребешок		3600
Тайская	Том-ям	Школа ДВ кухни	3800



Предпочтения респондентов в кулинарной специализации мастер-класса, в процентах

Таблица 3

Оценка мастер-классов потребителями г. Владивостока, в процентах

Баллы	Техническое состояние		Организация обслуживания		Технологический процесс		Гостеприимство	
	ПОП	Студия	ПОП	Студия	ПОП	Студия	ПОП	Студия
1	3,6	2,4	3,4	6,5	2,4	6,6	2,9	4
2	9,3	7,1	4,3	6,7	6,5	10,8	5,6	4,7
3	12,2	8,4	10,3	10,4	7,3	12,6	8,9	9,4
4	19,9	20,3	18,1	19,4	16,0	18,8	16,2	22,2
5	55	61,8	63,9	57	67,8	51,2	66,4	59,7

Таблица 4

Сегментирование кулинарных мастер-классов

Критерий	Офлайн		Онлайн
	Предприятие питания	Кулинарная студия	
Стационарное помещение	+	+ / -	На время съемки
Профессиональные оборудование, инвентарь	+	+ / -	На время съемки
Штатный персонал: Шеф-повар	+	+ / -	На время съемки
Кондитер	+	+ / -	На время съемки
Менеджер	+	+	+
Клининг	+	+ / -	На время съемки
Вспомогательный персонал	+	+ / -	+ / -
Аниматор / ведущий / блогер	По требованию	По требованию	+
Фотограф	По требованию	По требованию	+
Видеооператор	По требованию	По требованию	+
Технический персонал	По требованию	По требованию	+
Расчет пищевого сырья	По числу участников + демонстрационное блюдо	По числу участников + демонстрационное блюдо	Демонстрационное блюдо
Время проведения	Выходные дни (первая половина дня), рабочие дни (вечер)	Любое	Любое
Продолжительность	Дети – до 2 ч	Дети до 8 лет – 1 ч, старше 8 лет – 2 ч	Ролики – до ½ ч Прямой эфир – до 2 ч
	Взрослые – 2-3 ч	Взрослые – 2-5 ч	
Мотивация гостей	Развлечение	Развлечение	Обучение
Предварительная запись	Обязательна	Обязательна	Обязательна
Методические материалы	+	+	+
Число участников	Строго регламентировано	Строго регламентировано	Не имеет значения
Униформа	Выдается	Выдается	-
Вовлеченность участника в приготовление блюда	Полная	Полная	Наблюдение
Тематика	В рамках кулинарной специализации предприятия	Любая	Любая
Дегустация	+	+	-
Обратная связь	Обязательна	Обязательна	В случае регистрации
Дополнительные услуги	+	+	-

Большей популярностью пользуются смешанная европейская (17%), паназиатская (17%), русская и кавказские кухни (12 и 11%). Предпочтения респондентов при выборе видов блюд на кулинарном мастер-классе разделились следующим образом – большинство выбирают горячие блюда – 52%, выпечку и кондитерские изделия – 46%, закуски – 39%, десерты – 40%, и 29% останавливают свой выбор на напитках.

Учитывая, что в основном организаторы в одном мастер-классе закладывают при приготовлении сразу нескольких блюд (блюдо и десерт или блюдо и напиток), то потребители остаются удовлетворены своим выбором. Изготовление кондитерских изделий и выпечки всегда идет обособленно, т.к. требует наличия специализированного оборудования и более затратно по времени.

Также у потребителей, которые уже посещали мастер-классы (35% – от всех респондентов), была возможность оценить организаторов (предприятия общественного питания (ПОП) и кулинарные студии (студии)) по 5-балльной шкале по 4 блокам: техническое состояние; гостеприимство; обслуживание гостя; технологический процесс. Оценки выставлялись в баллах, от 1 до 5, где 0 – очень плохо; 5 – отлично (табл. 3).

В целом, респонденты высоко оценивают все блоки. Так, 67,8%, 66,4% и 63,9% оценили технологический процесс, гостеприимство и организацию обслуживания на 5 баллов именно в предприятиях питания, а вот техническое состояние выше всего оценили гости кулинарных студий – 61,8%.

На основании результатов исследования авторами уточнено сегментирование мастер-классов в зависимости от места и формата проведения (табл. 4).

Очевидно, что у кулинарных студий больше возможностей относительно времени организации мероприятий и определения тематики, однако часто возникают проблемы с подбором персонала, т.к. не всегда есть возможность держать полный штат сотрудников и помещение, соответствующее санитарно-гигиеническим требованиям. Для предприятий питания мастер-классы часто являются просто дополнительной услугой, помогающей представлять основной продукт на рынке или выходить на рынок во время гастрономических фестивалей (мидии, гребешка, наваги, корюшки и пр.). А все мероприятия онлайн в настоящее время не слишком востребованы, т.к. это не позволяет в полной мере прочувствовать сопричастность происходящему. Целесообразно вводить мастер-классы на предпри-

ятиях питания в рамках событийных мероприятий региона.

Заключение

Авторами было установлено, что в городе Владивостоке систематически проводятся ежемесячно около 20 кулинарных мастер-классов различных национальных кухонь, в большей степени по тематике горячих блюд (итальянская, дальневосточная, грузинская кухни), а также по кондитерским изделиям (европейская и американская). Средняя стоимость подобных мероприятий достаточно высокая и составляет 3700 руб. для взрослых и 500 руб. для детей. Проведенные исследования позволили определить, что жители города предпочитают посещать мастер-классы самостоятельно (41%) или с семьей/друзьями (28%). Чаще всего свой выбор отдают европейской, паназиатской, русской, дальневосточной и кавказской кухням.

Научная новизна обеспечена уточненным сегментированием мастер-классов в зависимости от места и формата проведения. И отдельного внимания заслуживают обратная связь с участниками мероприятий, их сопровождение (рассылка интересных рецептов блюд/напитков к определенным событиям, например национальным праздникам или российским/региональным гастрономическим фестивалям), систематическая работа по привлечению на последующие мероприятия (гастроужин, дегустация и пр.). Таким образом, удачно проведенный мастер-класс не только позволяет гостям познакомиться с секретами кулинарного искусства, тонкостями обращения с современным технологическим оборудованием и инвентарём, особенностями приготовления блюд как из простых, так и из экзотических продуктов, но и делает его участника потенциальным гостем предприятия в будущем.

Список литературы

1. Шамкова Н.Т., Новиков А.А., Максимова В.И. Услуга «мастер-класс» как эффективный приём мерчандайзинга в ресторанной индустрии // Сервис plus. 2017. Т. 11, № 4. С. 93-102.
2. Измайлова П.А. Современные формы работы с детьми в рамках кулинарной школы // Лучшая научная статья 2019: сборник статей XXXI Международного научно-исследовательского конкурса. 2019. С. 291-294.
3. Грушин М.Ю. Особенности классификации организаторов событийных мероприятий // Управление экономическими системами. 2019. № 7 (125). URL: <http://uecs.ru/uecs-07-72019/item/5597-2019-08-15-11-19-44> (дата обращения: 03.12.2023).
4. Шеметова Е.В., Крячко Д.П. Организационные аспекты мероприятий гастрономической направленности на туристском рынке г. Владивостока // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2023. Т. 15, № 2. С. 50–66.

5. Толкачев А.Н. Мастер-класс: актуальные аспекты конкурентоспособности // Бизнес и дизайн ревю. 2019. № 2 (14). С. 14.
6. Шеметова Е.В., Поклад Н.А. Гастрономические мероприятия на туристском рынке г. Владивостока: состояние и оценка // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2021. Т. 13, № 3. С. 21–39.
7. Розничная торговля и общественное питание. Объекты розничной торговли и общественного питания. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya#> (дата обращения: 16.11.2023).
8. Рестораторы Владивостока подвели итоги года. [Электронный ресурс]. URL: <https://primamedia.ru/news/1412383/> (дата обращения: 15.10.2023).
9. Портал Дальневосточной кухни. [Электронный ресурс]. URL: <https://pacificrussiafood.ru/products/> (дата обращения: 18.10.2023).
10. Ресторан MORE Seafood Bar. [Электронный ресурс]. URL: <https://moreseafoodbar.ru/> (дата обращения: 19.10.2023).
11. Ресторан OGONEK. [Электронный ресурс]. URL: <https://ogonekvl.ru/> (дата обращения: 19.10.2023).
12. Ресторан Novik Country Club. [Электронный ресурс]. URL: <https://mynovik.ru/> (дата обращения: 19.10.2023).
13. Ресторан Rakushka. [Электронный ресурс]. URL: <https://rakushka-dv.ru/> (дата обращения: 19.10.2023).
14. Ресторан Zuma. [Электронный ресурс]. URL: <https://zumavl.ru/> (дата обращения: 19.01.2023).
15. Ресторан Русский. [Электронный ресурс]. URL: <https://russkyvl.ru/#popup:infoblock> (дата обращения: 19.10.2023).
16. Ресторан Syndicate – Port cafe. [Электронный ресурс]. URL: <https://syndicate-portcafe.ru/en/> (дата обращения: 19.10.2023).
17. Справочник событий г. Владивостока. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vl.ru/afisha/vladivostok/events/by-category-education?tags=culinary-mk> (дата обращения: 20.10.2023).
18. Фестиваль мидий 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://allfest.ru/festival-2023/festival-midiy> (дата обращения: 21.10.2023).