

УДК 379.826

КУЛИНАРНЫЕ МАСТЕР-КЛАССЫ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСА**Смирнова Е.Ю., Шабанова А.А.***ФГБОУ ВО «Великолукская государственная академия физической культуры и спорта»,
Великие Луки, e-mail: lenhicpress@mail.ru, shabanova-s@inbox.ru*

В статье показана актуальность развития мастер-класса как вида услуги и одной из форм развлекательной и познавательной социально-культурной деятельности на предприятиях общественного питания, а также на предприятиях социально-культурного сервиса в целом. Проведение мастер-классов способствует формированию потребительских предпочтений и стимулированию сбыта продукции и услуг в индустрии питания. В современных рыночных условиях проведение мастер-классов является ещё и одним из факторов конкурентоспособности предприятия, учитывая то, что ценообразование, номенклатура выпускаемой продукции, методы ее продвижения, а также региональная специфика рыночной инфраструктуры и расположение потребителей не всегда позволяют обеспечить устойчивое конкурентное преимущество. Мастер-классы являются одной из наиболее эффективных форм творческого взаимодействия, креативного мышления и взаимопроникновения новых областей знаний. В статье представлены последовательность этапов проведения процесса оказания услуги и структура с последовательным содержанием видов деятельности на примере проведения мастер-класса по приготовлению пельменей. Составлена технологическая карта, в которой найдены сведения об основных требованиях, ресурсах, технологиях и навыках персонала, которые необходимы для реализации качественного мастер-класса как специфической услуги, направленной на формирование лояльности клиентов и повышение конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: кулинарный мастер-класс, предприятие общественного питания, социально-культурная деятельность, кулинарный тимбилдинг, социокультурные потребности, технологическая карта

CULINARY MASTER CLASSES AS ONE OF THE FORMS OF SOCIAL AND CULTURAL ACTIVITIES AT THE SERVICE ENTERPRISES**Smirnova E. Yu., Shabanova A. A.***Velikiye Luki State Academy of Physical Culture and Sports, Velikiye Luki,
e-mail: lenhicpress@mail.ru, shabanova-s@inbox.ru*

The article shows the relevance of the development of «master class» as a type of service and one of the forms of entertainment and educational social and cultural activities at public catering enterprises, as well as at enterprises of social and cultural service in General. Conducting master classes contributes to the formation of consumer preferences and promotion of sales of products and services in the food industry. In modern market conditions, conducting master classes is also one of the factors of the company's competitiveness, which helps it stand out from other similar enterprises, given that it is becoming increasingly difficult to achieve an advantage based on price, assortment, promotion or location. Master classes are one of the most effective forms of sharing best practices of participants, expanding their horizons and introducing them to new areas of knowledge. The article developed a model of the process of providing a master class service. The structure of the service is proposed, which includes the sequence of actions performed, their content and types of processes on the example of a master class on cooking dumplings. A technological map has been drawn up, which specifies what inventory and how much of it is needed for the master class.

Keywords: culinary master class, catering company, social and cultural activities, culinary team building, socio-cultural needs, technological map

В наше время, в результате индустриализации общества, вся сфера услуг получила ускоренное развитие, направлениями этого развития стали широкое внедрение инноваций, в том числе существенное расширение ассортимента услуг (основного, дополнительного и сопутствующего) на основе принципиально новых форм сервисной деятельности. К этому имеют отношение и предприятия общественного питания, занимающие немалую часть среди предприятий социально-культурного сервиса по своему количеству и многообразию.

Ежемесячно на территории Российской Федерации открываются и регистрируются множество предприятий, которые внедряют в работе с посетителями новые формы социально-культурного взаимодействия на основе клиентских предпочтений.

В современных условиях на рынке потребительских услуг в борьбе за успех выигрывает предприятие, на котором будет хорошо организована культура обслуживания.

Чтобы быть более конкурентоспособным, предприятию необходимо не просто отвечать всем общепринятым стандартам качества, но и иметь свою позицию, ин-

дивидуальность и креативно подходить к каждому вопросу, касающемуся удовлетворения потребностей гостей и сотрудников заведения.

Повысить финансовую устойчивость предприятия общественного питания сможет качественное управление продвижением продукции и маркетинговых коммуникаций, а также внедрение в производство технологии «мастер-класса» на основе социально-культурной деятельности.

Цель данной работы – описать механизм разработки «мастер-класса» как нового вида услуги и обосновать целесообразность её внедрения на предприятии общественного питания.

На современном этапе развития социально-культурной деятельности актуальным становится выявление, обобщение и распространение социально-культурного опыта. Одной из эффективных форм распространения социально-культурного опыта является мастер-класс.

Мастер-класс – это особая форма учебного занятия, которая основана на «практических» действиях показа и демонстрации творческого решения определенной задачи [1, с. 7].

Данное понятие широко используется во многих сферах деятельности человека, в том числе и в социально-культурной деятельности на предприятиях сервиса.

Цель проведения мастер-классов состоит в том, чтобы создать условия для полноценного проявления и развития личностных функций субъекта образовательного процесса.

Особенностями мастер-классов являются: работа в малых группах; создание условий для включения всех участников мастер-класса в активную деятельность; демонстрация приёмов, раскрывающих творческий потенциал как мастера, так и участников мастер-класса; активизация познавательной деятельности всех участников работы мастер-класса [2, с. 58].

Кулинарный мастер-класс – это мероприятие, на котором любители определенной кухни или просто желающие узнать нечто новое могут на практике обучиться приготовлению блюд [3]. Помимо этого, там можно познакомиться с новыми людьми и найти себе единомышленников по интересам, а также лучше узнать устройство ресторанной кухни изнутри.

Если после проведения мероприятия аудитория не учится чему-то новому, это не мастер-класс – это лекция, рассказ, публичное выступление или что-то еще. Суть мастер-классов в том, что они завязаны на приобретении практического навыка от наставника [4].

Наиболее известны следующие форматы кулинарных мастер-классов [5, с. 96]:

- кулинарные мастер-классы для взрослых в индивидуальном и групповом форматах;
- курсы для юных поваров (для детей от 5 до 12 лет);
- детские мастер-классы «выходного дня»;
- семейный воскресный *cookweend* («приготовьте обед всей семьей и насладитесь своими шедеврами в любимой компании»);
- «кулинарный День рождения» для детей и взрослых;
- гастрономические встречи с друзьями;
- кулинарный тимбилдинг (отличный способ вкусно и весело провести время, укрепить и улучшить рабочие отношения) и др.

Сценарий кулинарного мастер-класса:

- на первом этапе происходит знакомство с поваром и оглашается меню мастер-класса;
- на втором этапе происходит дегустация предложенных угощений и напитков;
- на третьем этапе осуществляется приготовление основных блюд;
- на четвертом этапе обучают сервировке стола и технологии подачи приготовленных блюд.

В ходе проведения мастер-класса специалист по приготовлению пельменей (повар) представляет себя и свою команду, знакомится с гостями. Далее озвучивается меню блюд, которые будут приготовлены, а также порядок и последовательность проведения мастер-класса. Представленные на мастер-классе угощения, закуски и напитки дегустируются посетителями. Например, на мастер-классе французской кухни это могут быть канапе, а русской кухни – пельмени.

Время проведения собственно самого мастер-класса составляет в среднем от 2 до 3 часов. Гости принимают активное участие в приготовлении всех блюд и наблюдают за работой шеф-повара, изучая способы приготовления разных видов блюд: от горячих до закусок и десертов. В заключение специалист поделится различными технологиями по украшению стола, сервировке, правильной подаче блюда к столу.

Преимущества проведения кулинарных мастер-классов на предприятиях общественного питания:

1. Кулинарные мастер-классы дают быстрый практический результат. Курсы по приготовлению блюд зачастую затянуты, на них ученики проходят долгую программу, изучая многие вещи с азвом. На мастер-классе же можно быстро научиться готовить 2–3 конкретных блюда благодаря личному участию во всех этапах приготовления и помощи высококлассного профессионала.

2. Проведением мастер-классов занимаются повара с большим опытом работы в своей сфере деятельности.

Специфической особенностью кулинарных мастер-классов выступает технология приготовления одних и тех же блюд в разных странах, что, несомненно, способствует более глубокому погружению в культурную среду того или иного народа. Если на других мастер-классах выделяется лишь сфера деятельности (например, шитье), то в кулинарии идут дальше и выделяют конкретную кухню (например, японскую), которой и посвящается целиком весь мастер-класс. Таким образом, посетители напрямую соприкасаются с особенностями и спецификой работы предприятий общественного питания, а еще получают возможность познакомиться с культурами разных стран через приготовление блюд национальной кухни.

Но не обязательно мастер-класс должен быть проведен в столь широких масштабах. Это могут быть и небольшие мероприятия, устроенные не только для взрослых, но и для детей.

В настоящее время кулинарные мастер-классы среди различных мероприятий, проводимых в заведениях, ресторанах и торговых центрах, всё чаще вызывают интерес для детей и их родителей [6, с. 65]. Организаторы предлагают малышам, школьникам и подросткам научиться приготовлению пиццы, мороженого, оригинальных салатов и блюд высокой кухни и сразу же порадовать друзей или родителей изысканными произведениями кулинарного мастерства. Для родителей же это отличная возможность удивить любимых чад, занять их чем-то интересным и необычным и, конечно, помочь в получении навыков, которые обязательно пригодятся в дальнейшем.

Для более подробного рассмотрения структуры и схемы проведения составим примерный сценарий и технологическую карту мастер-класса по лепке пельменей, проводимого предприятием общественного питания, основу меню которого и составляет пельменная продукция.

Тема: «Мастер-класс по лепке цветных пельменей»

Цель: научить приготовлению пельменей, в том числе с использованием красителей.

Задачи:

Образовательные:

– передача специалистом своего опыта путём прямого контакта; комментарии во время выполнения задания; показ последовательности выполнения действий, методов, приёмов лепки;

– совместная работа со специалистом, решение проблем, возникающих в ходе процесса приготовления, достижение поставленной цели в программе мастер-класса;

– размышление на предмет собственного профессионального мастерства участниками мастер-класса;

– формирование умений и навыков по лепке пельменей; знаний основ приготовления теста и фарша;

– получение знаний о способах приготовления пельменей с различными пищевыми красителями и добавками.

Развивающие:

– уточнить представления участников мастер-класса об истории возникновения пельменей как одного из самых популярных блюд в современной России;

– содействовать развитию умения мелкой моторики и сосредоточенности.

Универсальные учебные действия:

Познавательные:

– различать и сравнивать, анализировать результаты;

– самостоятельно создавать различные работы.

Коммуникативные:

– осуществлять совместную деятельность в парах с учётом конкретных задач;

– обсуждать работу свою и других участников мастер-класса.

Регулятивные:

– принимать цели и задачи деятельности;

– составление плана и последовательности действий;

– осуществление самоконтроля и корректировки хода работы и конечного результата.

Личностные:

– проявлять эстетические чувства в процессе рассматривания образцов блюда, работ других участников мастер-класса;

– анализировать выполнение работы.

Общее время проведения мастер-класса составляет 3 часа.

Число участников – 20 человек (по предварительной записи на участие).

Оборудование (в том числе и продукты) представлены в табл. 1 и 2.

Этапы мастер-класса (табл. 3):

1. Организационный этап.
2. Представление и дегустация уже готовых блюд (пельменей).
3. Изучение основ приготовления на основе показа всех технологических процессов руководящим мастер-классом поваром.
4. Практическая работа участников мастер-класса.
5. Дегустация получившегося результата.
6. Итог мастер-класса.

Таблица 1

Перечень технологического оборудования для проведения мастер-класса

Наименование	Выполняемые работы
Электрические плиты	Тепловая обработка блюд
Холодильный шкаф	Хранение сырья продуктов
Весы электронные	Контроль массы
Шкаф кухонный	Хранение посуды и инвентаря
Стол обеденный	Предназначены для употребления блюд, а также их приготовления на мастер-классе
Стулья	Для расположения гостей
Тестомешалка	Для замеса теста

Таблица 2

Примерный перечень инвентаря и сырья, необходимого для проведения мастер-класса для 20 его участников

Наименование инвентаря	Наименование сырья
Столовые доски (6 шт.)	Фарш мясной (5 кг)
Пластмассовые подносы (23 шт.)	Тесто готовое (7 кг)
Скалки (10 шт.)	Специи для фарша
Нож для нарезки теста (10 шт.)	Пищевые красители (4–5 цветов)
Кольца для сочной (23 шт.)	Яйца (3 д.)
Посуда (тарелки, кружки, кастрюли)	

Таблица 3

Этапы проведения мастер-класса

Этап мастер-класса	Время проведения, мин	Содержание
1. Организационный	10	Приветствие участников мастер-класса. Знакомство. Краткий инструктаж по технике безопасности
2. Представление и дегустация уже готовых блюд	10	Показ нескольких видов (3–4) уже приготовленныхпельменей (как классических, так и цветных, а также с разными начинками и способами приготовления). Предоставление возможности участникам мероприятия дегустации представленных блюд. Определение того видапельменей, который планируется приготовить непосредственно на самом мастер-классе
3. Показ основ приготовления	65	Руководитель мастер-класса (повар) показывает и поясняет, как правильно замесить тесто и фарш, и даёт возможность поучаствовать в этом гостям мероприятия. Также показывает разные способы лепкипельменей. Далее участникам выдаётся уже готовое тесто и начинка дляпельменей. Вместе с мастером гости выполняют приготовление своихпельменей, желающим предоставляются различные красители для теста
4. Практическая работа участников мастер-класса	60	Самостоятельная работа участников мастер-класса. Помощь организатора при необходимости. Варка готовыхпельменей, их сервировка и подача
5. Дегустация полученного результата	20	Совместная дегустация получившихсяпельменей, как своих, так и результата других участников мастер-класса
6. Подведение итогов	15	Обсуждение мероприятия. Участники будут иметь возможность высказать своё мнение о прошедшем мероприятии и, возможно, внести какие-либо свои корректировки в его проведение. Возможна выдача участникам сертификата об участии в мастер-классе

Заключение

Из всего вышесказанного следует, что кулинарные мастер-классы могут быть интересны как мужчинам, так и женщинам,

стремящимся открывать и узнавать новое, увлекающимся кулинарным искусством. Среди мастер-классов отдельно можно выделить мероприятия для детей, на которых их в веселой и непринужденной форме на-

учат готовить интересные блюда и заодно отлично развлекут, например приготовив те же цветные пельмешки. Сами мастер-классы имеют свою структуру и очень широкий спектр возможностей, особенно кулинарные, которые могут быть представлены любой кухней мира и состоять из совершенно разношерстной аудитории. Подобные мероприятия обладают огромной практической значимостью, в отличие от других форм обучения, а также обладают развлекательным характером, который и позволяет отнести его к социально-культурным услугам. Помимо этого, проведение мастер-классов является одним из критериев конкурентоспособности предприятия и способствует увеличению продаж.

Список литературы

1. Федоров И.В. Мастер-класс как форма повышения Профессионального мастерства педагогов: методические рекомендации. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.academy.edu.by/files/Master%20klas.pdf> (дата обращения: 30.01.2020).
2. Губогло З.И. Что такое мастер-класс // Инновационные проекты и программы в образовании 2009. № 6. С. 54–61.
3. Гастрономический клуб «OPEN KITCHEN»: Что такое кулинарный мастер-класс? [Электронный ресурс]. URL: <https://open-k.ru/staty/cto-takoe-kulinaryj-master-klass> (дата обращения: 28.01.2020).
4. Интеллектуальный клуб 4BRAIN: Мастер-класс. [Электронный ресурс]. URL: <https://4brain.ru/blog/master-class/> (дата обращения: 28.01.2020).
5. Шамкова Н.Т., Новиков А.А., Максимова В.И. Услуга «мастер-класс» как эффективный приём мерчандайзинга в ресторанной индустрии // Журнал Сервис plus. 2017. Т. 11. № 4. С. 93–102.
6. Лебедева Т.Е. Рекламная деятельность // Хроники объединенного фонда электронных ресурсов Наука и образование. 2014. № 5. С. 65.