

СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ГОТЕЛІВ ТА БАРІВ В УКРАЇНІ

MODERN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF CREATIVE HOTELS AND BARS OF UKRAINE

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-27>**Пушка О.С.**

к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи Національний університет харчових технологій

Абрамова А.Г.

к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи Національний університет харчових технологій

Мирошник Ю.А.

асистент кафедри готельно-ресторанної справи Національний університет харчових технологій

Pushka Olga

National University of Food Technology

Abramova Asyat

National University of Food Technology

Miroshnyk Julia

National University of Food Technology

У статті наведено загальну характеристику готельно-ресторанного господарства України. Розглянуто сучасний стан використання креативних підходів до функціонування готелів та барів в Україні. Наведено характеристику найбільш відомих готелів із нестандартним дизайном та особливостями обслуговування гостей. Установлено, що саме клієнт на даному етапі задає напрям розвитку готельно-ресторанного бізнесу і налаштовує готельєрів і девелоперів на експерименти. Для того щоб не втратити і залучити клієнта у непростий час, зусилля менеджменту закладу важливо спрямувати на пошук нових нестандартних дизайнерських рішень. Проаналізовано найбільш яскраві та незвичайні бари України. Установлено, що значним попитом почали користуватися заклади ресторанного господарства, в яких гості оплачують час перебування, а не замовлені їжу та напої. Отже, креативні підходи до задумки закладу в цілому суттєво підвищують інтерес відвідувачів, що відображається на попиті послуг підприємства та його економічному розвитку.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, готель, бар, креативний, концептуальний.

В статье приведена общая характеристика гостинично-ресторанного хозяйства Украины. Рассмотрено современное состояние использования креативных подходов к функционированию отелей и баров в Украине. Приведена характеристика наиболее известных гостиниц с нестандартным дизайном и особенностями обслуживания гостей. Установлено, что именно клиент на данном этапе задает направление развития гостинично-ресторанного бизнеса и настраивает отельеров и девелоперов на эксперименты. Для того чтобы не потерять и привлечь клиента в непростое время, усилия менеджмента заведения важно направить на поиск новых нестандартных дизайнерских решений. Проанализированы наиболее яркие и необычные бари Украины. Установлено, что большим спросом стали пользоваться заведения ресторанного хозяйства, в которых гости оплачивают время пребывания, а не заказанные еду и напитки. Итак, креативные подходы к задумке заведения в целом существенно повышают интерес посетителей, что отображается на спросе услуг предприятия и его экономическом развитии.

Ключевые слова: гостинично-ресторанный бизнес, гостиница, бар, креативный, концептуальный.

The article gives a general description of the hotel and restaurant industry of Ukraine, which is one of the most common types of business. There is a constant struggle between the establishments of the hospitality industry and enterprises for optimal market positioning. Based on this, the purpose of the article is generalization the current state of development of the hotel and restaurant industry, analysis of existing unusual and creative hotels and bars in Ukraine, establishing directions for their development. The current state of use of creative approaches to the functioning of hotels and bars in Ukraine is considered. The characteristics of the most famous hotels with non-standard design and features of guest service are given: "Istoriia", "Radomysl", "Trydeviate Tsarstvo", art hotel "Bakara". It is established that the client at this stage sets the direction of development of hotel and restaurant business and adjusts hoteliers and developers for experiments. In order not to lose and attract customers in difficult times, the efforts of the management of the institution is important to focus on finding new non-standard design solutions, sales channels, launching additional loyalty programs, improving the quality of services. Almost all bars have a similar design - bar, bar stools, tables. Despite the change of interiors, their old-fashioned or ultra-modern, democratic or sophisticated, over time, such institutions disappear from memory. The brightest bars of Ukraine are analyzed: witch-bar "Lysa Hora", "Palata №6", "Barduck" fan-bar "Banka", pub "25", cafe-bar " Hurtozhytok №1", bar "Piana Vyshnia", which are more concentrated in Kyiv, Odessa and L'viv. A special zest gives them a special atmosphere, the realization that everyone would like to get to this unique place, so these bars are wildly popular and in great demand among guests and residents of the city. It has been established that restaurants, where guests pay for their stay instead of ordering food and drinks, have started to be in great demand. Thus, creative approaches to the idea of the institution as a whole significantly increase the interest of visitors, which is reflected in the demand for services of the enterprise and its economic development.

Key words: hotel and restaurant business, hotel, bar, creative, conceptual.

Постановка проблеми. Готельно-ресторанне господарство – це сфера людської діяльності, що в останні роки стрімко розвивається. У всьому цивілізованому світі воно є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому між закладами та підприємствами постійно точиться боротьба за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти, за пошук нових та утримання постійних клієнтів. Експерти вважають, що український ресторанний ринок розвивається дуже динамічно: збільшилася кількість ресторанів, барів та інших підприємств ресторанного господарства, поліпшилися їх зовнішній вигляд і асортимент пропонованих страв і напоїв. Однак до повного насичення ще далеко.

Наприклад, в Америці на 600–700 мешканців припадає один ресторан, а в Києві – один на 3,5 тис. Отже, кількість закладів буде зростати, водночас і конкуренція стане жорсткішою [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку готельно-ресторанної сфери займалися багато вітчизняних учених: Л.Д. Завідна [2], В.І. Охота [3], В.Л. Кізима [4], О.Я. Остапенко [5], І.О. Відоменко [6], Н.О. Коваленко [7] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення сучасного стану розвитку готельно-ресторанного господарства; аналіз існуючих незвичайних та креативних готелів і барів в Україні, встановлення напрямів їх розвитку; встановлення причини відновлення інтересу до закладу

готельно-ресторанного господарства для розширення потоку відвідувачів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Готельно-ресторанний бізнес є основним складником туристичної індустрії кожної економічно розвиненої країни. Динамічний розвиток туристичних потоків диктує потреби у достатньому забезпеченні закладами готельно-ресторанного господарства, вивченні етнічних особливостей культур та народів, розширенні переліку основних та додаткових послуг даної сфери. Сьогодні звичайним дизайном готелю, ресторану або бару вже нікого не здивуєш, тому ресторатори та готельєри застосовують незвичайні, креативні ідеї стилів, нестандартні формати дизайну та задумів закладу в цілому.

Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається характером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ поза домом. Ресторатори в конкурентній боротьбі за споживачів використовують різні інструменти: авторську, креативну, молекулярну та кухню ф'южн-спрямування; високоякісне спеціалізоване устаткування; сучасні посуд та аксесуари сервірування; трендовий дизайн; музичне обслуговування, у тому числі шоу-програми; пропонують послуги сомельє, фумельє, бариста, впроваджують різні дисконтні програми тощо [1].

Сфера готельно-ресторанного господарства України постійно розвивається. Конкуренцію традиційним готельно-ресторанним комплексам можуть скласти апарт-комплекси, які з'являються на ринку останнім часом усе частіше. Цей вид нерухомості набирає популярність як серед приватних інвесторів, так і серед туристів, яким подобаються «домашня» атмосфера та розвинена інфраструктура, якої немає у звичайних готелях.

Компанія DEOL Partners відкрила Globe Runner (нестандартний формат готельної нерухомості з елементами готелю, приватних апартаментів та сучасного хостела), який трансформує засіб розміщення у дизайнерський lifestyle-простір із креативним оформленням і пропонує різні варіанти проживання – від окремих номерів до капсульних.

Серед світових трендів виділяють: зростання ролі Інтернету у формуванні споживчих переваг і поведінки, відкриття коворкінгів у готелях і зростання популярності ділових поїздок, суміщених із дозвіллям.

Саме клієнт на даному етапі задає напрям розвитку готельно-ресторанного бізнесу і налаштовує готельєрів і девелоперів на експерименти. Аби не втратити і залучити клієнта у непростий час, зусилля менеджменту закладу важливо спрямувати на пошук нових не стандартних дизайнерських рішень, каналів продажів, запуск додаткових програм лояльності, поліпшення якості послуг.

Одним зі шляхів залучення ширшого кола клієнтів є використання креативних концептуальних ідей готелів та закладів ресторанного господарства. В Україні найбільш відомими подібними готелями є: «Історія», с. Поляниця Івано-Франківської обл., «Радомисль», м. Радомишль Житомирської обл., «Тридев'яте царство», смт Скала Подільська Тернопільської обл., арт-готель «Бакара», м. Київ.

Основна концепція готелю «Історія» – візуалізація різних епох та періодів історії України. Кожна деталь інтер'єру символічна, спрямована на відтворення духу того часу. Атмосферність доповнюється місцем розташування та особливою природою Карпат [8].

Готель «Замок «Радомисль» розташований у замку XVII–XIX ст., який нещодавно відреставрували. Номери виконані в аскетичному стилі раннього модерну і дещо нагадують чернечі келії, оформлені в теплих світлих тонах із підкресленими елементами цегляної кладки. Меблі в номерах – дерев'яні і плетені, що дає змогу повною мірою відчувати себе в епосі XVII–XVIII ст. Особливістю цього готелю є цілорічна стала температура (18°C), що досягається завдяки товстим кам'яним стінам.

Головною ідеєю готелю «Тридев'яте царство» є можливість потрапити в казку. Цей український незвичайний готель виконаний у казковому стилі. Тут багато каменю та дерева в інтер'єрі та екстер'єрі, елементи середньовіччя, велика територія і парк на території готелю.

Відмінною особливістю арт-готелю «Бакара» є його розташування на воді. Тобто це плавуча баржа, перетворена на затишний готельний комплекс, із вікон якого можна милуватися прекрасною панорамою дніпровських берегів та столичного гідропарку. Зовні готель нагадує океанський лайнер із дахом синього кольору, а у цілому схожий на різнобарвний вітраж. В інтер'єрі переважають світлі тони, основу оздоблення становлять зручні меблі у вінтажному стилі [9].

Якщо готельні підприємства користуються попитом переважно подорожуючими, періодичність їх завантаження не досить висока, то заклади ресторанного господарства є більш відвідуваними, оскільки тривалість відвідування закладу не зобов'язує на довготривалі перебування, проте тут ставиться ставка на оборотність місця. Тому залучення та розширення клієнтської бази для закладів ресторанного господарства є особливим викликом.

Практично всі бари мають схожий дизайн: барна стійка, барні стільці, столики. Незважаючи на зміну інтер'єрів, їх старомодність або ультрасучасність, демократичність або вишуканість, із часом такі заклади зникають із пам'яті. Особливої родзинки надає їх неповторна атмосфера, усвідомлення

того, що у це унікальне місце потрапити хотів би кожен. Яскравим прикладом є ресторан-кнайпа «Криївка» у м. Львів, який розташований в одній із кам'яниць на площі Ринок. Для того щоб потрапити до закладу, туристам доводиться чекати в чергах не одну годину. Атмосфера закладу захоплює. Заклад стилізовано під схованку (криївку) партизанів. Ця особливість простежується у всьому – від прихованості розташування закладу, адже жодних вивісок на вході немає, і до тематичного оформлення інтер'єру – столів із грубої дошки, портретів вояків УПА на стінах, зразків тогочасної зброї та одягу, меню. У «Криївці» часто проводять розважальні програми для відвідувачів, які викликають додатковий інтерес до відвідування цього закладу. Саме така концептуальність і неповторна атмосфера роблять його одним із найбільш популярних та відвідуваних в Україні.

Креативний дизайн та цікава задумка досить часто для ресторану чи бару означають більше, ніж смачні страви та хороший персонал. Дослідження показують, що для 40% відвідувачів не так важливі їжа та напої, як хороший дизайн та престиж закладу.

Україна славиться своїми незвичайними барами, серед яких: відьма-бар «Лиса гора», «Палата № 6», «Barduck», фан-бар «Банка», паб «25», м. Київ, кафе-бар «Гуртожиток № 1», м. Одеса, бар «П'яна вишня», м. Львів та багато ін.

Характерними особливостями відьма-бару «Лиса гора» є атмосфера, дизайн, меню у стилі відьомського місця. Київ здавна славився як столиця віри і відьом. Києвиць (так ще називали чаклунок) тут у всі часи шанували і ніколи не спаливали, єдиним обмеженням для них була заборона проводити збори у межах міста, тому саме із цієї ідеєю і створили подібний заклад [9].

За основу створення та оформлення закладу «Палата № 6» була взята однойменна повість А.Чехова. Концептуальна ідея розрахована на людей із відмінним почуттям гумору. Персонал, одягнений у білі халати, зали, оформлені в стилі лікарняних палат, напої, подані у мензурках, – усе це відтворює атмосферу лікарні, яка завоювала свій контингент відвідувачів.

Головна ідея бару «Barduck» – бардак у всьому: стіни оформлені різностильовим графіті, столи, стільці, посуд відрізняються за розмірами, кольором та формою. Символом закладу є качка, яка підкреслює гру слів у назві, й, окрім того, живий птах зустрічає гостей при вході. Покерний набір, гра «Монополія», ігрові приставки, тир, караоке, дартс, тетріс, шахмати та багато інших розваг – у розпорядженні відвідувачів. Засновники закладу всіляко заохочують гостей. Наприклад, ті, хто принесе якусь настільну гру або іграшкову качку, можуть пройти ритуал посвятити у «бардаківці» та отримати дисконтну картку.

Фан-бар «Банка» – це концептуальний демократичний бар, в якому стіни, форма співробітників, посуд, інтер'єр обіграні в темі банки. Усі замовлені страви та напої також подають у банках різних форм та розмірів. Незвичайний формат посуду та цілісна ідея закладу, яка відображена у інтер'єрі, викликає особливий інтерес споживачів.

Рідним місцем для фанатів київського «Динамо» є паб «25», де можна не лише подивитися трансляції всіх матчів команди, а й дізнатися багато нового про її історію. На стінах пабу розміщені фотографії гравців, футбольна символіка та безліч атрибутів. Атмосфера закладу налаштовує на дух футболу.

Інтер'єр та екстер'єр кафе-бару «Гуртожиток № 1» виконані в однойменному стилі. У залі розміщено все, що потрібно для повноцінного життя в кімнаті гуртожитку: старі меблі, безліч книг, розписані стіни в стилі «Тут був ...» та ін. Особливо веселить гостей подача розрахунку в заліковій книжці.

У самому центрі Львова, на площі Ринок, розташований маленький бар із барною стійкою та одним столиком під назвою «П'яна вишня». Тут гостей пригощають фірмовою вишневою наливкою «Вишнівка» та подають солодкий корж з аналогічною назвою закладу. Інтер'єр закладу нічим особливим не дивує, проте черги туристів стоять там постійно – усі гості міста хочуть спробувати та й придбати із собою славнозвісну наливку «П'яна вишня».

Усе більшим попитом користуються заклади, в яких гості оплачують час перебування, а не замовлені їжу та напої. Найвідомішими подібними закладами в Києві є: «Часопис», «БеседниZza», «Циферблат», «Bibliotech», «Freud House», «12», «Kyivworking», «Work-and-Roll». Їх формат передбачає наявність кухні, де відвідувачі можуть знайти каву, чай, снеки, фрукти і печиво у необмеженій кількості. Є можливість користуватися оргтехнікою, сейфом, робочими кабінетами, кімнатою для переговорів, бібліотекою, кімнатою для відпочинку. Досить часто в таких закладах організують ділові зустрічі, семінари, майстер-класи, перегляди кінофільмів і концертів. Креативні простори являють собою свого роду культурно-освітні заклади, які поєднують у собі кафе, офісні та освітні центри, магазини, кінозали, конференц-зали, дизайн-бутіки, шоу-руми, лекторії і місця для приємного проведення часу.

Тенденція відкриття подібного роду закладів у нашій країні з'явилася відносно недавно, проте знайшла місце для існування та розвитку. Усе більше підприємців та інвесторів готові вкладати кошти в розроблення й упровадження ідей для створення готелів та барів із певною концепцією. У даному разі не завжди потрібно будувати новий заклад з нуля, достатньо розробити певну концепцію та

впровадити її у дизайні інтер'єру та особливостях обслуговування клієнтів. Таким способом можна відновити інтерес до закладу готельно-ресторанного господарства та розширити потік відвідувачів.

Висновки з проведеного дослідження.

Останнім часом у всьому світі відкриваються готелі, кафе, ресторани та бари, які не схожі на всі інші за оформленням інтер'єру, формою подачі страв й обслуговуванням. Спостерігається тенденція зацікавленості відвідувачами подібних закладів, що свідчить про необхідність внесення нестандартних підходів до даного виду бізнесу.

Гостей приваблюють не лише квадратні метри, дорогі меблі та смачна їжа з напоями, а враження та досвід, які вони можуть отримати під час перебування в готелі та барі. Тому важливими стають такі чинники, як унікальна локація, вражаюча архітектура, нестандартний дизайн, зв'язок із локальною культурою.

Сьогодні боротьба за відвідувача у сфері готельно-ресторанного бізнесу постає особливо гостро, що пов'язано з випробовуваннями, які диктує пандемія, зниженням економічних доходів громадян, зменшенням туристичних потоків та обмеженнями, які спричинені карантинними заходами. Дана сфера в сучасних умовах залишилася однією з найбільш уражених, тому готельєрам та рестораторам потрібно запроваджувати нові заходи, підходи, концептуальні ідеї для завоювання свого місця під сонцем.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мальська М.П., Гаталяк М.П., Гани Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
2. Завідна Л.Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 599 с.
3. Охота В.І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 5. С. 46–49.
4. Кізима В.Л. Організаційно-економічний механізм управління розвитком сфери готельного господарства України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03. Львів, 2013. 20 с.
5. Остапенко О.Я. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства і прогнозування його розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 8. С. 1216–1220.
6. Відоменко І.О., Діденко Н.С. Дослідження сучасного стану готельного господарства України та його вплив на формування стратегії просування послуг індустрії гостинності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. № 21. С. 64–68.
7. Коваленко Н.О. Перспективи розвитку готельно-ресторанної справи України. *Наука й економіка*. 2015. № 4(40). С. 106–112.

8. Харченко А. Между офисом и домом: 7 коворкингов и креативных пространств Киева : вебсайт. URL: <https://ain.ua/2013/01/22/mezhdu-ofisom-i-domom-7-kovorkingov-i-kreativnykh-prostranstv-kieva> (дата звернення: 23.12.2020).

9. Лазарев П. Незвичні готелі України: ніч в печері чи на баржі? *Путівник по Україні від I Go to World* : вебсайт. URL: <https://firtka.if.ua/blog/view/nezvicajni-goteli-ukraini-nic-v-peceri-abo-na-barzi83122> (дата звернення: 23.12.2020).

REFERENCES:

1. Malska M.P., Hataliak M.P., Hany N.M. (2013) *Restoranna sprava: tekhnolohiia ta orhanizatsiia obsluhovuvannia turystiv (teorii ta praktyka)* [Restaurant business: technology and organization of tourist service (theory and practice)]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
2. Zavidna L.D. (2017) *Hotelnyi biznes: stratehii rozvytku* [Hotel business: development strategies]. Kyiv. (in Ukrainian)
3. Okhota V.I. (2017) Shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv hotelnoi industrii [Ways to increase the competitiveness of the hotel industry]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 5, pp. 46–49.
4. Kizyma V.L. (2013) *Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia rozvytkom sfery hotelnoho hospodarstva Ukrainy* [Organizational and economic mechanism for managing the development of the hotel industry of Ukraine]: avtoref. PhD: 08.00.03. Lviv: (in Ukrainian)
5. Ostapenko O.Ya. (2015) *Statystychnyi analiz pidpriemstv hotelnoho hospodarstva i prohnouzuvannia yoho rozvytku* [Statistical analysis of hotel enterprises and forecasting its development]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 8, pp. 1216–1220.
6. Vidomenko I.O., Didenko N.S. (2016) *Doslidzhennia suchasnoho stanu hotelnoho hospodarstva Ukrainy ta yoho vplyv na formuvannia stratehii prosuvannia posluh industrii hostynnosti* [Research of the current state of the hotel industry of Ukraine and its impact on the formation of a strategy for promoting the services of the hospitality industry]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, no. 21, pp. 64–68.
7. Kovalenko N.O. (2015) *Perspektyvy rozvytku hotelno-restoranoi spravy Ukrainy* [Prospects for the development of hotel and restaurant business in Ukraine]. *Nauka y ekonomika*, no. 4(40), pp. 106–112.
8. Kharchenko A. (2013) *Mezhdu ofisom i domom: 7 kovorkingov i kreativnykh prostranstv Kiev* [Between office and home: 7 coworking spaces and creative spaces in Kiev]. Available at: <https://ain.ua/2013/01/22/mezhdu-ofisom-i-domom-7-kovorkingov-i-kreativnykh-prostranstv-kieva> (accessed 23 December 2020).
9. Lazarev P. (2020) *Nezvychni hoteli Ukrainy: nich v pecheri chy na barzhi?* [Unusual hotels in Ukraine: a night in a cave or on a barge?]. *Putivnyk po Ukraini vid I Go to World*. Available at: <https://firtka.if.ua/blog/view/nezvicajni-goteli-ukraini-nic-v-peceri-abo-na-barzi83122> (accessed 23 December 2020).