

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ТЕМАТИЧНОГО ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

Гришно А.О., здобувач вищої освіти
Гонга О.І., д-р екон. наук, проф.
Національний університет «Чернігівська політехніка»,
м. Чернігів, Україна

Заклади харчування, в тому числі ресторани та кафе відіграють важливу роль в обслуговуванні туристів. Проте вони не обмежуються лише забезпеченням потреби харчування, а й виконують ряд інших важливих функцій, таких як:

- Гостинність, оскільки специфіка сфери обслуговування дозволяє показати гостям прихильне до них ставлення за допомогою привабливого інтер'єру чи/та вишуканого сервірування, цікавого та продуманого меню тощо.
- Економічну, ресторанне господарство впливає на загальний розвиток туристичної індустрії та сприяє надходженню валютних надходжень в економіку.
- Комунікативну, заклади ресторанного господарства, такі як ресторани, бари та кафе – це вдалі місця для невимушеного спілкування.
- Організації дозвілля гостей, відвідувачам закладів досить сильно допомагає відпочити жива музика, тематичні вечірки тощо.
- Жива музика, що є неодмінним атрибутом ресторанів вищого та люкс класів, тематичні вечірки, великі монітори, що дозволяють слідкувати за спортивними подіями – це та інше допомагає відпочити.
- Культурно-пізнавальну, об'єктом жвавого інтересу з боку туристів також є особливості національної кухні тієї чи іншої країни [1].

Незважаючи на те що більшість ресторанних господарств є досить типовими, для них основним є нагодувати гостей та отримати прибуток, бувають і ресторанні господарства, кафе чи ресторани певної тематики. Такі ресторанні господарства не лише зацікавлюють гостей, а й занурюють їх в певну атмосферу, дозволяючи повністю в неї зануритися, завдяки інтер'єру, меню та обслуговуванню. Такий тип ресторанів використовує певну тематику щоб привабити відвідувачів та створити для них незабутній досвід. Тематичні ресторани мають об'єднуючу або домінуючу тему чи концепцію, використовують архітектуру, декор, спецефекти та інші прийоми, часто для створення

екзотичного середовища, яке зазвичай не асоціюється з їжею, оскільки є недоступним, більше не існує, є вигаданим, надприродним або табуйованим. Тема може бути розширена за рахунок назви та вибору страв, хоча їжа, як правило, є вторинною по відношенню до розваги гостей [2].

Такий тип рестораних господарств став досить популярним в останні роки. І на це існує декілька причин. Перш за все це те що гості та відвідувачі ресторанів шукають унікальних вражень, які виходять за рамки просто їжі і те що такий тип ресторану чи кафе поєднує розваги з їжею, вони можуть запропонувати не тільки унікальні страви, а ще й унікальну атмосферу. Досить високу роль в популяризації тематичних ресторанів відіграв і розвиток соціальних мереж, адже наразі просто фото їжі в соціальній мережі привабить набагато менше уваги, ніж фото їжі в певному стилі чи з певною тематикою популярного твору. До того ж такі ресторани господарства, за правильного планування можуть приваблювати не лише певний (цільовий) напрямок гостей зацікавлених в тематиці, а й просто людей яким захочеться спробувати чогось нового. Наприклад Miracle of Science Bar and Grill – це ресторан на наукову тематику в Кембриджі, штат Массачусетс, який приваблює як гіків, так і не гіків. Кожен аспект декору натхненний наукою, включаючи столи та стільці, які нагадують ті, що можна побачити в наукових лабораторіях у школах по всій території США [3].

Представниками такого типу закладів у світі є:

1. «В'язниця»/The Lock-Up, Японія. Вже з назви зрозуміло, що це тематичний ресторан в якому відвідувачів занурюють в тюремну тематику.
2. Ресторан «Сучасний туалет»/Modern Toilet Restaurant, Тайвань. Ресторан з туалетною тематикою, і хоча тематика є досить дивною вона приваблює досить багато гостей з усього світу.
3. Ресторан «Hello Kitty»/The Hello Kitty Restaurant, Тайбей. Ресторан переважно для дітей з який створено від натхнення персонажа японської попкультури.
4. «Ніндзя»/Ninja Нью-Йорк. Ресторан натхненний тематикою середньовічної Японії.
5. «Платформа 1094»/Platform 1094, Сінгапур. Заклад для фанатів Гаррі Поттера.
6. Disaster Café in Lloret de Mar, Іспанія. Основною тематикою цього закладу є землетруси, тут раптово може вимкнутися світло, а сам ресторан почне трусити.
7. Buns & Guns, Ліван. Заклад з військовою тематикою. На стінах тут можна знайти кілька рушниць, боєприпаси та маскувальну

сітку. Крім того, постріли та звуки гелікоптерів на задньому плані створюють відповідний настрій [4].

Проте це лише невелика частина різноманітних тематичних закладів що з'являються по всьому світу, зокрема більшість в країнах Азії. Хоча вже з цього невеликого списку можна помітити, що людей приваблюють і ті теми які зазвичай не асоціюються з їжею або навіть ті які можуть лякати певні категорії населення. Проте такі заклади є досить популярними і це можна пояснити бажанням людей пізнати щось дивне та незвичне, або знову ж таки підтверджувати те що в нинішній час люди вже досить сильно стомилися від звичних речей і бажають нових вражень.

В Україні ж також відкривалося досить багато тематичних закладів харчування. І найбільше їх було відкрито у Львові. Наприклад:

1. Найдорожчий галицький ресторан (тема: масони).
2. Газова лампа (тема: газові лампи).
3. Кав'ярня «Мазох» (тема: мазохізм).
4. Ребра під арсеналом (тема: середньовічна зброя).
5. Будинок легенд (тема: фентезі).
6. Бачевські (тема: традиційна львівська аристократія).
7. 5-те підземелля (тема: середньовічне підземелля) [5].

І це лише частина від усіх які можна знайти в історичному місті. Також в Києві та інших великих містах відкривалося досить багато тематичних закладів. Проте наразі досить важко дистанційно перевірити їх стан роботи. Зважаючи на досвід світу, такий тип ресторанів для України може також принести додатковий прибуток і заохотити іноземних туристів до відвідування не тільки закладу, а й країни. А так як тематичні ресторани не є чимось новим для країни то при правильному формуванні планів та вибору тематики вони можуть досягнути рівня світових тематичних ресторанів. До того ж незвичних автентичних концепцій для закладів харчування в Україні можна підібрати досить багато, зважаючи на давню історію цих територій або ж на легенди та міфи майже кожного міста. Така концепція ресторану чи кафе буде особливою та цікавою, а значить і попит на неї буде високим.

Список використаних джерел

1. В'їзний туризм: навчальний посібник. Ніжин: Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
2. Wikipedia, Theme restaurant. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Theme_restaurant (дата звернення: 26.10.2023).

3. Primalprimo.com, Why Themed Restaurants Are Popular. URL: <https://www.primalprimo.com/why-are-themed-restaurants-popular> (дата звернення: 26.10.2023).
4. 5bestincity, 7 Best Theme Cafes and Restaurants around the World. URL: <https://5bestincity.com/blog/7-best-theme-cafes-and-restaurants-around-the-world/> (дата звернення: 26.10.2023).
5. Jetstogether.com, Themed Restaurants In Lviv. URL: <https://www.jetstogether.com/themed-restaurants-in-lviv/#4> (дата звернення: 26.10.2023).

ТУРИЗМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА РОЗВИТОК

Дорош Ю.С., асп.
Львівський національний університет ім. Івана Франка,
м. Львів, Україна

Дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) свідчать про те, що туристична індустрія оговтається від наслідків пандемії COVID-19 вже на початку 2024 року. Відзначимо, що український туризм, до 24 лютого 2022 року також знаходився на етапі відновлення, країну відвідували громадяни європейських країн, активно розвивався внутрішній туризм. Проте, від початку повномасштабного вторгнення галузь туризму суттєво скоротилася.

Туристичний сезон весна-літо 2023 року в Україні можна охарактеризувати деякими показниками зростання, адже для багатьох українців туризм є способом фізичного відновлення та психологічного розвантаження. Державне агентство розвитку туризму в партнерстві з проектом UNICEF U-ReportUkraine провели онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни, де опитано понад 5 тисяч респондентів у віці від 14 до 34 років.

Проаналізувавши відповіді респондентів, можна зробити висновки про те, що туризм є необхідним засобом відпочинку у часи війни для українців. Згідно із дослідженням, з часу повномасштабного вторгнення – 24 лютого 2022 року, понад 45% опитаних українців подорожували країною з туристичною метою [3]. Більшість опитаних (47,6%) вказали, що обирають подорожі влітку. Ставлення до подорожей через повномасштабну війну у 23% українців не змінилося взагалі, а 21% зазначили, що, подорожуючи, вони підтримують економіку країни.