

УДК 72.012.8:725.711

**ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ РІШЕНЬ  
РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ НА ПОПУЛЯРНІСТЬ У ВІДВІДУВАЧІВ**

В.В. АРХІПОВ, Р.В. ДЬЯЧЕНКО

Київський національний університет культури і мистецтв

*У статті розкрито вплив сучасного дизайну ресторанних закладів на популярність їх відвідування. Визначено системи візуалізації приміщень, які зумовлюють споживача відвідувати той чи інший заклад харчування. Показані основні завдання дизайнерських рішень змінювати концептуальний настрій і тему середовища приміщення закладу ресторанного господарства*

Сучасний дизайн ресторанів і його вплив на просування ресторану на споживацькому ринку ресторанних послуг як цілісне явище, що має свою історію, закономірності розвитку і характерні риси, практично ніким не вивчалися.

***Об'єкти та методи дослідження***

В даний час типів інтер'єрів достатньо багато, класифікація їх приводяться в роботах В.В. Архіпова, В.А. Русавської [1], Л.С. Кучер, Л.М. Шкуратова, С.Л. Ефімова, Т.І. Голубева [2]. Основний тип – це тематичний або концептуальний, коли береться певна тема, якийсь образ, настрій і все це відображається в інтер'єрі. Прикладів достатньо багато, дуже багато ресторанів, інтер'єри яких побудовані з тематикою... Наприклад, в дизайні інтер'єру ресторану «Дежав'ю» (м. Київ) втілений певний настрій людини. Статті з даної тематики можна зустріти в основному лише в ресторанних путівниках і ресторанній періодиці. Звичайно це публікації в журналах «Готельний і ресторанний бізнес», «Whatson», «Афіша», Інтернет сайтах [www.restoran.ua](http://www.restoran.ua), [www.lasoon.com.ua](http://www.lasoon.com.ua), [www.cafe.ua](http://www.cafe.ua), [www.chicken.kiev.ua](http://www.chicken.kiev.ua), [www.prohotelia.com.ua](http://www.prohotelia.com.ua), [tastesgood.com.ua](http://tastesgood.com.ua) і т.п.

***Постановка завдання***

Метою статті є дослідження впливу сучасних дизайнерських рішень ресторанних закладів на популярність відвідування їх споживачами.

***Результати та їх обговорення***

Слід зазначити, що в Україні і особливо в таких крупних ресторанних центрах як Київ, Одеса, Львів інтер'єру закладів громадського харчування приділяється більше уваги, а ніж іншим містам. Перш за все це пов'язано з тим, що це залишилося нам від Радянського Союзу, коли для багатьох наших співвітчизників відвідування ресторану було подією винятковою, похід до ресторану для радянських людей які жили в обмежених житлових умовах, в умовах суцільного дефіциту товарів і продуктів був святом. Крім того, якщо людина приходить в новий заклад і їй відразу не подобається інтер'єр, то вона може відразу піти і не дізнатися, яка прекрасна там кухня, яке там чудове обслуговування, тобто не скласти повної думки про цей заклад, якщо їй просто не подобається інтер'єр або екстер'єр. Вдалий інтер'єр – це той прийом, який не просто дозволяє ресторану заробити гроші, але і дозволяє людині, яка ще не спробувала нічого в цьому закладі скласти якусь про нього думку.

При розробці дизайну ресторанна «Первак» (м. Київ) був вибраний певний період – це початок двадцятого століття і відповідно до цього періоду реалізується дизайн семи залів і їхнє кольорове оформлення. Дизайн інтер'єру залу «Хрещатик» дає відчуття простору, як на Хрещатику: ясно, широко і високо. Цей зал примикає до будівлі споруди кінця XIX століття, будучи, фактично, його прибудовою.

Дах має форму чверті циліндра, створюючи м'який перехід від одноповерхової затишності входу до обширних надр «розважального закладу». «Ефект присутності» у веселому вуличному кафе закріплюється стилізованою під тротуарну підлоговою плиткою, безліччю рослин (у тому числі – у вазонах на столах) на чолі з пальмою розміром з дерево в центрі, веселим щебетанням птахів в клітках. Серед інших пам'яток привертає увагу наявність старовинного буфету, патефона на підвіконні, самоварів, посуду, булочних вивісок, цирулень, магазинів дамського і чоловічого плаття, гіпсових зображень якихось дуже водевільних, богів, старих фотографій з обличчями і видами міста, газет, що пожовтіли на стінах, дерев'яних дроверів-буфетів для офіціантів, стилізованих під старовизну. Вікна без скла, але з декоративними ґратами, та ще сходи в зал на другий поверх. Звичайні зовнішні металеві сходи з литими східцями і датою «1902 рік», прототипом її послужили одеські сходи із старої фотографії, які виготовили на київському станко-заводі. Саме вона веде в зал «Липки» на другий поверх поміж пальм, папуги ара, ляльки в золотистому платті з криноліном на підвіконні. Імітація залу досконала: двері, за якими ховаються квартири, поручні довкола відсутньої частини перекриття з виглядом на нижній зал. Частина стелі, викладена блакитними пластиковими плитками, зображує небо над першим поверхом. Інша – дах над галереєю: стропила, черепиця, навіть виноград, як це часто буває в житті. Частина галереї трансформується в крихітний балкончик з рідкою завісою з герані, покликаної, мабуть, вкривати (але не дуже) якусь манірну панночку від нескромних поглядів. Сервіровка столів і меблі цього залу-галереї такі ж, як і в «Хрещатику», лише інший колір скатертей на столах, не зелені, а золотисті. Злегка витерта дощата підлога, старі фотографії і картини (роботи київських реставраторів) на жовтуватих стінах створюють майже домашній затишок. Галерея підноситься над останнім рестораном, дозволяючи оглядати велику частину його залів. Звідси і назва – «Липки», адже Липки це старий район Києва, який розташований на найвищому місці з якого відкривається прекрасний вид на історичний центр. Наступний зал «Бессарабський» названий на честь Бессарабського ринку Києва. У дизайнерській задумці інтер'єр його представлений як великий прилавок з «широким асортиментом». Фруктові і овочеві консерви з чарівними кольоровими ганчірочками замість кришок, свіжі овочі, фрукти, ягоди – тільки що з ринку, величезні бутлі з якоюсь рідиною (ось тільки не каламутною, а дуже навіть прозорою: вищого гатунку очищений продукт) достаток «Бессарабки». І все це в антуражі з дерев'яних ложок, глиняного посуду, мідного самовара. По периметру, уздовж стін з картинами і вивісками, – якась подібність до лав – сидінь з величезних дерев'яних брусів, встановлених на колоди. Сидіння дуже навіть комфортні: на м'які подушки начебто недбало накинуті шматки овечої виворотки, в ролі «спинок» – ті ж подушки, прибиті до стіни і обтягнуті тканиною в стилі шинка XIX століття. Під стелею прикріплені «телекартини» – телевізори в масивних позолочених рамах. Після затишної простоти «Бессарабського» залу гість потрапляє у відособлений зал «Бібліотека» тут хочеться чогось урочистого – наприклад, вечірнього плаття з декольте замість наявних «джинсів». Уява малює публіку у фраках, свічки, високі зачіски, класична музика, так це – банкетний зал виконаний дизайнером в строгому антуражі бібліотеки. Уздовж двох стін – книжкові шафи з бюстами письменників і композиторів, що демонструють корінці дорогих фоліантів. Уздовж інших – галерея старовинних портретів. Англійський камін в центрі приміщення. Урочистість обстановки доповнюється тканинною оббивкою стін, ліпним декором, оксамитом штор і дощатою підлогою з елементами плиткової мозаїки, легку нотку грайливості в інтер'єр, де панує величезний білосніжний банкетний стіл, привносять бантики, пов'язані скрізь, де лише

можливо. У гостей складається враження, що життя в цьому залі-бібліотеці завмерла в очікуванні пишного банкету. Основна суть дизайнерської ідеї залу «Питуща аптека» впадає в очі, ледве гості переступають поріг залу: «Наші засоби досконало знищують тугу і сльози з коріння!» Ось таке гасло висить над барною стійкою. Бармен в ролі і традиційному одязі аптекаря, знаходиться в оточенні шафок з безліччю скриньок, що зберігають зілля, і сучасні аналоги зілля: «Джим-Бім», «Біфітер», «Бурбон», «Первак», «Абсент» упереміш з баночками, пляшечками і бульбашками. За стійкою розташована рівна шеренга кінських хвостів. Барні стільці у вигляді філейної частини коня. Зал створює атмосферу в якій кожен гість себе може відчувати ковбоєм. З мішків розміщених біля стіни стирчить з одного боку кінська морда з добродушною усмішкою, з іншого – морда пожежника в касці, що старанно надуває щоки в справжнісіньку духову трубу. Уздовж стін стоять дерев'яні столики, з такими ж стільцями, та світильниками що низько звисають з начебто закопченої стелі, розраховані для особливо важких пацієнтів. Світильники у всіх залах – різні. Ці – справжні шедеври з чорного металу і скла з текстурою дерева, утворюючого плафони оригінальної форми (автори: Руслан Левицький, Алла Карпенко, Роман Віляра). Дизайн залу «Провінційний» виконаний для спокійного відпочинку гостей, де замість коней – кибитки із зручними сидіннями і столиками усередині. Верх кибиток покритий шматками шкіри, адже стоять вони під відкритим нічним небом-стелею із зірками – маленькими точковими світильниками і хмарами-світильниками з невеликих шматків матового скла з піскострумним зображенням «барашків». Кибитки розпряжені, а два воли пасуться поруч, під невеликим деревцем. Неподалеку (уздовж стін) складені мішки і бочки. Дизайнерське вирішення залу «Львівський» пов'язано з історичним районом «Площею Ринок» в центрі старого Львова, на старовинній мостовій з сучасними комунікаційними люками і ліхтарем. Прямо між «Чорною Каменицею» і будинком «Жорнякта» з цегельно-червоною штукатуркою і класичними елементами обробки. Середньовічна вузькість в три вікна темних синьо-зелених стін «Чорної Камениці» відтворена тут в реальному розмірі. Дві інші стіни – бутова кладка з нішами, в яких стоять два леви (символи міста) і два пухкі хлопчики, що тримають по рибині, – зазвичай хочеться поглянути вгору, чекаючи побачити звичне небо. Але замість нього дизайнери розташували розпис в палацовому стилі – стилізовані види Львова (робота художника Едуарда Антохіна). Важкі оксамитові порт'єри приховують вхідні двері – масивну, дощату, оковану металом, з великим кільцем-ручкою. У вікнах на фасадних стінах «львівських» будівель замість житлових кімнат – види міста. Такі ось екстер'єрні мотиви в оформленні інтер'єру цього залу. А на тлі всього цього – затишні столики.

При розробці дизайну ресторану «За двома зайцями», який розташований в історичному центрі Києва на Андріївському спуску, був узятий за основу сюжет однойменного фільму. В ресторані «Егоїст», в основу творчої ідеї дизайнера лягла тема образу людини-егоїста, любов до себе, фотографії людей, які були егоїстами за життя, значущих осіб, що сьогодні є дуже популярним спосіб віддзеркалення концепції, оскільки, передбачає багато простору для декорацій.

Сьогодні часто дизайнерами використовується так само тип інтер'єру, який як правило пов'язаний з якоюсь кухнею – етнічний тип. Наприклад, український ресторан неможливий без елементів українського інтер'єру, тобто немає таких українських ресторанів, з етнічною українською кухнею, в яких це якимось чином не відображалось б в інтер'єрі, характерним прикладом може служити дизайн ресторану «Щекавиця», розташованого в м. Києві на Подолі. Ресторан-музей «Щекавиця», це затишний

кут, де кияни і гості можуть добре відпочити і збагатити свої знання з історії народної культури. В інтер'єрі закладу використані різноманітні картини українського побуту. Затишні зали прикрашені в різних стилях відповідно до їх назв: «На болоті», «На містку», «Рибальський зал», «За піччю», «Горище», «Мельник», «Дівоча», «Кошара», «Курник», «Комора», «Медовня», «Повітка», «Горниця» [3]. Слід також відзначити дизайнерське рішення ресторану «Деканька»(м. Київ) в інтер'єрі залів «Корчма», «Деканька» якого використана тематика українського сільського бита [4].

Наприклад деякі ресторани з історичними назвами пов'язані з м. Києвом, такі як «Липський Особняк» на Печерську, який знаходиться в двоповерховій резиденції епохи столичного розквіту – ресторан Високої української кухні, як його рекламують власники. Слід зазначити, що висока українська кухня в даний час поняття нове, яке зовсім недавно отримало свій розвиток. Тому при розробці дизайну ресторану був вибраний не етнічний стиль, а стиль українського дворянства. Адже в ті часи України як держави ще не було, була Малоросія. Є старий район Липки, який завжди був місцем поселення багатих людей в Києві і були певні традиції, хоча насправді це не українські традиції, українські національні традиції – це насправді сільські традиції. Інтер'єр ресторану «Липський Особняк», виконаний з імперським розмахом, майстерно поєднує різні архітектурні стилі. Гостинний зал відображає пишність вікторіанської епохи. Галерея береже колекцію антикварних витворів мистецтва, а Камінний – заслплює пишнотою українського бароко. Кожний гість має унікальний шанс перенестися в атмосферу міської розкоші, яка спонукає, як до проведення грандіозних світських раутів, так і до довгих затишних посидінь [5].

Серед підприємств ресторанного бізнесу м. Києва в даний час з'явилося багато ресторанів пропонуючих киянам і гостям столиці японську кухню. Слід зазначити, як відзначав Д.В Солдатенков [6], що японська кухня, завжди використовує японські національні мотиви в інтер'єрі. Це може бути і зонування ширмами і світле приміщення, сервіровка, меблі певного кольору, типу. Етнічний інтер'єр сам по собі достатньо популярний в даний час серед дизайнерів ресторанів.

Окрім функцій залучення споживача інтер'єр має ще одну дуже важливу функцію – це боротьба з конструктивами приміщення. Сьогодні мало хто з рестораторів може дозволити собі побудувати окрему будівлю, де буде у архітектора простір для його фантазій і можна буде побудувати зали будь-якої конфігурації і приміщення будь-якого вигляду, так щоб дійсно це було зручно. В більшості випадків ресторатори стикаються з ситуацією коли є яке-небудь приміщення і воно підходить для ресторану, після чого його починають обігрувати і працювати з ним. Існують певні обмеження – якщо дизайнер цього ресторану не знає найважливіших законів обробки інтер'єру, то заклад може вийти вкрай невдалим, тому для приміщень різних типів є різні типи інтер'єрів, які дозволяють там утримати споживача. Класичним прикладом можуть служити підвальні приміщення, яких в історичному центрі Києва поки ще достатньо, і вони відповідно дешевше, ніж фасадні приміщення. При розробці ресторану в підвальному або цокольному приміщенні з невисокими стелями, слід бути дуже обережними з вибором концепцій, з ідеями, навіть з напрямом кухні, для того, щоб гості ресторану відчували себе там затишно і могли там витратити гроші. Виходячи з аналізу проведених нами досліджень для підвального приміщення найоптимальніший варіант його використання – це пивний ресторан або паб.

При розробці дизайну таких приміщень бажано, щоб приміщення обігрувалося в темних тонах, з використанням тільки натуральних матеріалів – таких як дерево, темне дерево або поєднання дерева з

тканиною зеленого або бежевого кольорів. Особливу увагу при підготовці дизайнерського проекту слід звернути увагу на освітлення, як відзначали в своїх роботах В.І. Карсекін і В.Х. Бердичевський [7], А.А. Астрейкова, П.Д. Матвєєв, Т.П.Ананіч [8]. Слід відзначити що денне освітлення в таких приміщеннях робити не можна, тому що буде враження операційної. В таких приміщеннях слід обіграти певні інтер'єрні прийоми, які дозволяють частково погасити враження низької стелі – наприклад, за наявності балочної конструкції на стелі на якій встановлюється підсвічування, яке дозволяє освітити стелю знизу – тоді вона здається вищою.

Підвальні приміщення зонуються таким чином, щоб був не один загальний зал, слід зробити невеликі кабінки або зони з перегородками, щоб людям було затишно в цьому приміщенні. Один з прийомів затишку таких приміщень – створення псевдо-вікон або взагалі псевдо-простору, коли утворюються ніші, наприклад вікна з підсвічуванням або малюється фреска з перспективою тоді у людини з'являється враження, що приміщення більше, ніж воно є насправді. Наявність дзеркал також дозволяють візуально розширити приміщення. Помітимо що пивний ресторан або паб – це ті заклади, які традиційно розташовувалися в напівпідвальних, підвальних приміщеннях без доступу природного освітлення для створення затишку для того, щоб людина забула про перебіг часу. Цей же прийом використовується завжди в казино і в гральному бізнесі – в приміщенні не повинно бути вікон, не повинно бути годинника, щоб людина, яка грає не відчувала руху часу, захоплювалася грою і не звертала уваги на пройдений час і відповідно витратила більше грошей.

Якщо концепція пивного ресторану або пабу не підходить, або поряд розташовано багато подібних закладів, то слід створювати ресторан, але відтворювати приміщення так, щоб не впадало в очі, що це підвальне приміщення.

Гарний приклад – ресторан «Цимес» на Подолі в Києві. Ресторан складається з «залу Шагала», «квартири тітки Соні», «вулиці з двориком в єврейському кварталі». На вході – мезуза з благословенням кожного хто входить. Благословення в «Цимесе» – присутні скрізь. Над входом до зали, на стінах «квартири» і «вулиці», напроти барної стійки. Перший зал розписаний фрагментами з картин Марка Шагала. Ці мотиви повторюються у вітражах, люстрах, орнаментального розпису стін і стель. На «вулиці» розташована барна стійка, що є по сусідству з виразними віконцями будинків Кацмана («він розв'яже всі ваші проблеми») і Мохера («будь-який лапсердак на вибір»). В цьому залі добре посидіти як великою компанією, так і в режимі тет-а-тет – тут забуваєш про час і суєту, скинувши всі турботи на чарівного Кацмана. Третій зал уставлений круглими столами з скатертинами і серветочками, в кутку – шафа для зберігання Тори, точнісінько такий же, як в синагозі на Подолі, вхід прикрашає величезна мінора – скляний підсвічник, на сім свічок, для свята Песах. Всі світильники в «Цимесі» – авторські, аналогів не існує. Люстра, що складається з шагаловських птахів щастя, оточена зіркою Давида. Картини, здобуті з глибин Мертвого моря, розпис стель історичними сюжетами і безліч чарівних статуєток роблять це затишне приміщення трохи загадковим, культовим [9]. Головне – вгадати вірне відтворення цих куточків псевдо-простору, які дозволяють обіграти підвал.

Можливо створення українського ресторану в такому приміщенні, німецького ресторану, коли обіграється внутрішнє приміщення будинку або хатини. Таким прикладом служить ресторан «Царське село», в якому основний зал без вікон – це колишній пороховий погріб, але таке обігране українське подвір'я з частинами українських хатин, з віконцями, з козаками, з возами, що ніхто з гостей ресторану

не звертає уваги на те, що там немає жодного вікна [10]. Приклади інших вдалих рішень інтер'єрів в підвальних приміщеннях – Абсент – бар «Палата №6» (м. Київ, вул. В. Воровського), Тапас – бар «Далі» (м. Київ, вул. Ярославів Вал), де вікон немає, але люди цього не помічають, тому що є псевдо-простір плюс гра з освітленням, створюючи враження що простір ширше і не виникає клаустрофобії.

Але є деякі ресторанні заклади, які не можна розташовувати в підвалах. До них відносяться ті стилі, які передбачають наявність природного освітлення. Для японського ресторану підвал абсолютно згубний, тому що японський напрям стилістики входящого це максимум натуралізму, живі рослини, природне освітлення, світле приміщення обов'язково, світлі ширми, світла стеля. Японський ресторан в підвалі – це не буде вже японське, це створення чогось іншого. Слід зазначити що використання будь-якої концепції з природною зеленню в підвалі теж виглядатиме дуже підозріло, навіть якщо це буде жива зелень, якій буде важко вижити в таких умовах, це виглядатиме дуже ненатурально і неприродно.

Сьогодні найоптимальніший варіант для ресторанного закладу – це світле приміщення з великими вітринними вікнами. Підходить як для будь-кого класичного ресторану, навіть тематичної спрямованості, так і для інших типів закладів, наприклад кав'ярні – класична віденська кав'ярня передбачає наявність великих вітринних вікон, щоб людина сидячи біля вікна могла спостерігати за тим, що відбувається на вулиці [11]. Природно, якщо в приміщенні ресторану є такі вікна, тоді це великий плюс, оскільки ресторан – це в якійсь мірі театр, гра. Коли гість сидить в ресторані, їсть і при цьому спостерігає за тим, що відбувається навколо, це перш за все продовжує його перебування в самому закладі і у результаті збільшує прибуток цього ресторану.

Для збільшення прибутковості ресторану служать і літні майданчики. Літній майданчик – це не просто додаткова послуга, це одна з обов'язкових умов отримання доходу в літній період. За наявності літнього майданчика класичний міський ресторан може практично уникнути сезонних коливань відвідування. В 90-і роки 20 століття багато рестораторів мирилися з тим, що влітку йде спад відвідувачів, але потім звернули увагу, що за наявності літнього майданчика спад обороту гаситься практично повністю. Літній майданчик повинен відповідати ціновому рівню закладу – навіть якщо це ресторан середнього цінового рівня, вона не повинна бути обладнаний пластиковими столиками під брендовими тентами виробників напоїв. Такого просто не повинно бути. Не кажучи вже про більш дорожу категорію закладів. Сьогодні дизайн літніх майданчиків Києва дуже цікавий і неповторний. Так майданчик ресторану «Сейф» виготовлений з найкращих матеріалів, пропонованих на ринку виробів тентів. Металоконструкція літнього майданчика має каркас з чорного металу, зафарбована двокомпонентною фарбою. Верхнє накриття на літньому майданчику має міцний акриловий тент в «шоколадну смужку» від австрійської фабрики Sattler. Тканина на літній майданчик, що використовується, дуже гарна сама по собі, має водонепроникну властивість, анти грибкове покриття [12]. Літня тераса «Ле Космополіт» – це майданчик, виконаний з відмінним смаком. Інтер'єрне рішення в стилі «арт-нуво» (модна течія в кінці двадцятого століття): елегантні дерев'яні чорні столи і стильні плетені крісла, красива і добротна кована балконна огорожа «Ле Космополіта» – цей справжній витвір мистецтва. Літня площадка ресторану «О'Панас» комфортно розташована на живописних пейзажах парку Шевченко. Інтер'єр літнього майданчика виконаний в традиційному українському стилі: дерев'яні столи, плетені солом'яні стільці, безліч зелені і живих квітів, буйство фарб і грамотний ландшафтний дизайн створили неповторну атмосферу в одному з кращих київських ресторанів української кухні. Інтер'єрні

прийоми дозволяють ресторану привертати увагу споживачів. Один з основних прийомів полягає в правильному зонуванні залу. І тут є свої особливості: наприклад, якщо приміщення класичне прямокутне, то для звичайних відвідування таке приміщення здаватиметься споживачу незатишним, тим більше, якщо це великий зал з високою стелею. Для банкету такий зал підходить, але банкети як правило бувають не так вже часто. Тому грамотне зонування приміщення – це один з тих прийомів, які дозволяють людині відчувати себе затишно. Це може бути просте розділення перегородками. При цьому перегородки можуть бути як невисокими – метр двадцять у висоту, так і повністю закриваючими простір, якщо стелі в приміщенні в цілому невисокі. Так само можуть бути різного роду штучні конструкції – будиночки, кибитки і т.д. або переносні ширми.

Сучасний споживач дуже специфічний і дуже часто він звертає увагу не просто на якість їжі і обслуговування, а на те, наскільки вільно він себе почуває. Їсти на людях не всім приємно. Спостереження які проводяться за відвідувачами у великих залах ресторанів Києва, і встановлено що люди намагаються розсістися в основному по кутках. Як правило гості ресторанів посеред залу не сідають, щоб бути доступним поглядам з усіх боків. Більшість ресторанів завжди мають місця – аутсайдери, де ніхто ніколи не хоче сідати. Як правило, у великому залі це місця в центрі залу, якщо воно ніяк не відзонване, там сідатимуть тільки в самому крайньому випадку, якщо більше немає вільних місць. Це звичайно місця на проході, якщо місце знаходиться спиною до дверей – психологічно це дуже неприємно людині, вона не може розслабитися. І при найчудовішій кухні він себе не відчуватиме затишно.

Можна зазначити той факт, що якщо в ресторані є місце, в якому не люблять сідати відвідувачі, наприклад, посеред залу, то поставивши там якусь велику зелену перегородку, яка буде візуально це місце зонувати, тоді там завжди сідатиме більше людей, чим раніше. Штучна перегородка із зелені, яку ніщо особливо не прикриває, але гість ресторану при цьому інстинктивно починає відчувати себе затишніше. Такий прийом дозволяє не тільки привернути гостей до ресторану, але і утримати їх – щоб вони не просто швидко поїли і втекли, а посиділи б ще, замовили десерт, вино, сигари і т.д. На необхідність зонування залів ресторанів відзначали в своїх роботах Г.Н. Гумницький і О.М. Кононова [13].

Іноді ресторатори переслідують іншу задачу з цілю збільшення оборотності посадочних місць, щоб клієнт швидко поїв і швидко звільнив приміщення, в таких випадках не можна застосовувати зонування, не можна робити так, щоб людині було там дійсно затишно. Це характерно для фаст-фудів, для підприємств швидкого обслуговування. Є прийоми, які дозволяють примусити споживача швидко поїсти те, що він узяв і швидко втекти, не сидіти довго. Наприклад – мінімум декору. Коли в приміщенні практично голі стіни, людина себе затишно відчувати не буде. Те ж саме стосується меблів – вони повинні бути не до кінця зручними: маленькі столи, щоб у людини не було потреби довго сидіти, довго вести бесіду, незручні стільці без м'яких сидушок.

Слід зазначити що великою помилкою дизайнерів є зонування в інтер'єрі київського підприємства «Здоровенькі Були» (м. Київ, вул. Лютеранська), завдяки якій за наявності величезної кількості посадочних місць там насправді практично ніколи немає місць [14]. Люди достатньо довго сидять, адже в закладі м'які місця для сидіння і до того ж є пиво в меню. Для будь-яких закладів з низьким середнім чеком важливо, щоб люди насправді швидко поїли і пішли. З цією метою в них майже

ніколи не робляться місця на велику кількість людей – шестимісні або восьмимісні столи якщо і бувають, то, як правило, складні.

Кольорова гамма – інтер'єрний прийом, який дозволяє привернути людей різного віку. Наприклад, було неодноразово помічено [15], що чим молодше споживач, тим більше він віддає перевагу сучасному інтер'єру – холодні тони, сучасні матеріали, а чим старше споживач, тим краще він сприймає натуральні матеріали в інтер'єрі – дерево, камінь, натуральні живі рослини. З цим пов'язана специфіка інтер'єрів нічних клубів. Нічний клуб – це підприємство для достатньо модних людей, молодих та активних, і консервативний інтер'єр з натуральних матеріалів, сприйматиметься як старомодний такою групою споживачів. Метал, скло, обігрівання світлом – це якраз те, що для такого закладу потрібно, те, що здаватиметься модним і те, що дозволить привернути саме молоду аудиторію і відлякати людей більш старшого віку. Якщо дизайнер готує проект ресторану для людей середнього віку або старше, йому слід врахувати що інтер'єр цього ресторану не може мати сучасний стиль, той же хай-тек, тому що таким споживачам здаватиметься, що їм незатишно. Якщо ж заклад розрахований на молодь, ситуація міняється з точністю до навпаки. Цим правилом успішно користуються на Заході [16], і в таких закладах молодь дійсно буває частіше. Адже людська психіка не має національних відмінностей.

Кольорова гамма дизайну інтер'єру ресторану важлива не тільки щодо стилю, але і сама по собі. Якщо ресторан розраховує на більш серйозну аудиторію – середній вік, старший вік, теплі відтінки в ресторанах, будуть переважати, тому що вони, як правило, пов'язані із затишком і вживанням їжі, за винятком ресторанів з певною концепцією, таких як рибний ресторан. Сприйняття риби, взагалі морепродуктів, пов'язано перш за все з їх свіжістю, а кольори свіжості – це зелений, синій, голубий, сріблястий, а значить, щоб підкреслити свіжість продуктів, які представлені, доцільно використовувати кольори морської хвилі, а не теплі тони (червонуватий або цегляний), які підказують споживачу, що тут просто свіжа їжа [17]. Це якраз той чинник сприйняття кольору, який примушує виробників мінеральної води робити етикетки на пляшці голубого, синього, зеленого кольору і практично ніколи червоного або цегляного, тому що від цих кольорів виникає інша асоціація. Для фаст-фудів, найхарактерніша кольорова гамма – відтінки жовтого і червоного, адже саме жовтий і червоний кольори – це ті кольори, які пов'язані з їжею, особливо з гарячою їжею. Тобто теплі тони дійсно сприймаються добре. Присутній на логотипі, посуді, меблів в закладі, вони допомагають якимсь чином привернути відвідувачів [18].

### **Висновок**

Таким чином нами досліджено і проаналізовано вплив дизайнерських рішень інтер'єрів ресторанів на популярність цих закладів серед відвідувачів. У процесі нашого дослідження була поставлена проблема, вивчення і систематизування з точки зору візуалізації – художніх і функціонально-технічних особливостей ряд найбільш репрезентативних рестораних інтер'єрів України.

Дослідження феномену ресторанного інтер'єру в Києві, Одесі, Львові, як у прагматичному, так і в естетичному аспектах показало, що утилітарна основа (харчування та відпочинок), а, відповідно, і функціональний тип залишаються відносно постійними. У той же час як відбувається смислове нарощування функцій і технологій. Сьогодні акцент все частіше зміщується в бік відпочинку та дозвілля, хоча як і раніше в прив'язці до «послуг харчування».

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного



- господарства. – К.: Центр учбової літератури, –2009. – 342 с.
2. Кучер и др. Ресторанный бизнес в России: технология успеха. –М.: Р Консульт, –2002.–468с.
  3. [www.stejka.com](http://www.stejka.com)
  4. [www.dykanka.com.ua](http://www.dykanka.com.ua)
  5. [www.karta.ua](http://www.karta.ua)
  6. Солдатенков Д.В. Восточный ресторан; создание и управление. – М.:ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», –2005. – 184 с.
  7. Карсекин В.И., Бердичевский В.Х. Основы проектирования и интерьер предприятий общественного питания. – К.: Вища школа, –1983. –208 с.
  8. Астрейкова А.А. и др. Рестораны, кафе, клубы, бары. – Минск: Харвест, –2007. – 800 с.
  9. [www.cimes.com.ua](http://www.cimes.com.ua)
  10. [www.tsarske.kiev.ua](http://www.tsarske.kiev.ua)
  11. Солдатенков Д.В. Кофейня. Принципы успешного бизнеса.- М.:ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», –2007. – 168 с.
  12. [www.ooospv.com.ua](http://www.ooospv.com.ua)
  13. Гумницкий Г.Н., Кононова О.М. Эстетика в общественном питании. – М.: Экономика, – 1984. – 96 с.
  14. [www.z-b.com.ua](http://www.z-b.com.ua)
  15. Солдатенков Д.В. Современный ресторан: новые форматы.–М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», –2006. – 144 с.
  16. Тейлор Д.Рестораны, бары, кафе. Лучшие мировые интерьеры. – М.:ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», –2004. – 192 с.
  17. 1000 стилей ресторанов, баров, кафе. –М.: Издательский дом «РИП-холдинг», –2007. – 320 с.
  18. Терри Ли Стоун и др. Дизайн цвета. Практикум. – М.:РИП-Холдинг, –2006 . – 240 с.