

**ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТІВ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ: ВІД ФУНКЦІОНАЛЬНОГО
ДО СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

Ольга Владимир,
<https://orcid.org/0000-0002-1244-101X>
кандидат економічних наук, доцент
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна
olhavlada@ukr.net

**HOTEL AND RESTAURANT
DESIGN EVOLUTION:
FROM FUNCTIONAL
TO SYSTEMIC APPROACH**

Olha Vladymyr,
<https://orcid.org/0000-0002-1244-101X>
PhD, Associate Professor,
Ternopil Ivan Puluj
National Technical University,
Ternopil, Ukraine
olhavlada@ukr.net

Анотація

Мета статті полягає у дослідженні передумов зародження та особливостей розвитку дизайну об'єктів готельно-ресторанного бізнесу. **Методологія дослідження** побудована на використанні історико-оглядового та практично-аналітичного підходів. **Наукова новизна** полягає у відстеженні змін в оформленні готельно-ресторанних закладів упродовж всієї історії; у виокремленні основних підходів у дизайні об'єктів готельно-ресторанного бізнесу; в огляді основних тенденцій у дизайні сучасних готельних мереж. **Висновки.** Проведене дослідження свідчить, що впродовж тривалого періоду становлення та розвитку об'єктів готельно-ресторанного бізнесу відбулися істотні зміни в їхньому дизайнерському вирішенні. Кожен з етапів розвитку готельно-ресторанних закладів характеризується трансформацією розуміння поняття «дизайн» та ступенем застосування його інструментарію як в оздобленні приміщень, так і в його використанні при формуванні концепції та фірмового стилю компанії. Саме системний підхід у дизайні об'єктів готельно-ресторанного бізнесу забезпечує формування конкурентних переваг та є однією із основних складових ефективної організації та ведення готельно-ресторанної діяльності.

Abstract

The purpose of the article is to study the preconditions of origin and features of further development of the design of hotel and restaurant business. **The research methodology** is based on the methods of complex analysis with the use of historical-survey and practical-analytical methods. The essence of scientific novelty is to identify the main approaches in the design of hotel and restaurant business. The essence of scientific novelty is substantiation of transformations in understanding the essence and significance of design in the formation of the development concept of hotel and restaurant complexes as well. **Conclusions.** The study shows that during the long period of formation and development of hotel and restaurant business there have been significant changes in their design. Each of the stages of development of hotel and restaurant objects is characterized by the understanding transformation of the concept of "design" and the degree of application of its tools both in the decoration of premises and in its use in the formation of the concept and corporate style of the company. The systematic approach in the design of hotel and restaurant business does provide the formation of competitive advantages and is one of the main components of effective organization and conduct of hotel and restaurant activities.

Ключові слова: **Keywords:**

готель, ресторан, дизайн, функціональний підхід, функціонально-естетичний підхід, системний підхід, концепція, фірмовий стиль.

hotel, restaurant, design, functional approach, functional-aesthetic approach, system approach, concept, corporate style.

Вступ **1** Роль дизайну у сучасному житті неможливо переоцінити. Повсякденні, чи то процеси життєдіяльності індивідуума, чи то процеси, пов'язані з організацією господарської діяльності підприємств, безпосередньо залежать від функціонально-ефективного та емоційно-естетичного вирішення простору та середовища перебування. Чим складніші виробничо-господарські процеси того чи іншого підприємства, тим ширші завдання висуваються до дизайну його приміщень, які відрізняються між собою функціональним призначенням, площею, конфігурацією та місцем розташування. Відомо, що дизайн середовища як напрям науки почав формуватися відносно недавно. Дизайн як елемент предметно-просторового проектування розглядається лише з останньої чверті ХХ ст., хоча нам відомо, що протягом усієї історії людство формувало та покращувало своє предметне оточення та середовище життєдіяльності. Завдяки прагненню до затишку та до прекрасного людство намагалось прикрашати та декорувати власне житло, предмети побуту та знаряддя праці візерунками та орнаментом, тобто спочатку дизайн розглядався як складова частина прикладного мистецтва. Саме слово дизайн увійшло у вжиток країн Європи у ХVІ ст. як ідея та концепція твору мистецтва. Подальші трансформації в організації житлових просторів та в організації праці поклали початок еволюції поняття дизайну загалом та дизайну різнофункціонального простору зокрема, в тому числі і дизайну приміщень готельно-ресторанних комплексів.

Мета дослідження **2** Мета статті полягає у дослідженні передумов зародження та особливостей розвитку дизайну об'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Методологія та аналіз джерельної бази **3** Методологія дослідження побудована на використанні методів комплексного аналізу із застосуванням історико-оглядових та практично-аналітичних підходів. З допомогою історико-оглядового методу розглянуто історичні особливості становлення та розвитку об'єктів готельно-ресторанного бізнесу, а на основі практично-аналітичного методу визначено характер застосування дизайнерських рішень і підходів у оформленні готельно-ресторанних комплексів.

Основою для даного дослідження є наукові праці та практичний досвід таких провідних вітчизняних та іноземних науков-

ців та практиків як: Д. Басюк, Ю. Сологуб, І. Бабич, Л. Осипова, М. Білько, І. Смирнов (2014), Дж. Дейлі (Daley, 2016), Ю. Волков (2003), Л. Іванова, І. Бондаренко, О. Дишкантик, О. Краснодемська (2012), Х. Роглев (2009), Я. Сало (2010), Г. Мунін, А. Зміюв, Г. Зінов'єв, Є. Самарцев, О. Гаца, К. Максимець, Х. Й. Роглев (2005), В. Русавська (2014), а також інформаційні матеріали, розміщені на Інтернет-ресурсах.

Результати дослідження **4**

Дизайн об'єктів готельно-ресторанного бізнесу, до яких входить ряд приміщень та прилеглі території різного функціонального призначення, зводиться не лише до компонування та облаштування простору перебування у них людей. Це складна організаційна система, яка дозволяє виокремити комплекс завдань, які стосуються як стилізованого оформлення різнофункціональних просторів, так і формування брендингу та візуалізації фірмового стилю окремого готелю, ресторану, або ж цілої міжнародної мережі готельно-ресторанних комплексів.

Але таке розуміння дизайну, в тому числі й дизайну об'єктів готельно-ресторанного бізнесу, сформувалося не одразу. Впродовж усієї історії становлення закладів громадського харчування та тимчасової ночівлі видозмінювалось як їх призначення та рівень обслуговування, так і особливості оформлення їхнього внутрішнього простору.

Якщо розглядати дизайн найбільш давніх приміщень громадського харчування, – таверн, – то, наприклад, у Римі, згідно з дослідженням І. Смирнова, їх можна було розпізнати за ланцюгами фляг, які оздоблювали колони, чи червоними ковбасами вздовж стін. У внутрішньому просторі підлогу викладали мозаїкою, а стіни прикрашали картини (Басюк та ін., 2014, с. 239). Так, на фресці, виявленій в таверні в Помпеях зображено меценатів під час гри. Дослідник Джейсон Дейлі припускає, що подібні сцени, ймовірно, мали місце і в римській таверні, яку нещодавно виявили в Латтарі, стародавньому портовому місті на півдні Франції (Daley, 2016).

Слід зазначити, що перші прототипи сучасних закладів швидкого харчування зустрічаються ще у часи Античності, це так звані термополії. Вони зазвичай розташовувалися далеко від місць проживання заможних та знатних громадян, але близько до гладіаторських арен та громадських лазень. Основним елементом дизайну їхнього інтер'єру є масивні стійки фактично посередині приміщення, в яких були вбудовані ємності для зберігання досить великої кількості їжі. Доступ до них був вільний. Декор стін традиційно заповнювався розписами або мозаїкою.

В епоху Середньовіччя таверни здебільшого обслуговували мандрівників та приїжджих, а місцеве населення туди майже

не заходило. І цьому можна знайти логічне пояснення у давніх описах-спогадах про середньовічні таверни. Мандрівник, що проїздив через Париж у 1718 р., писав: «Столи цілком непридатні для іноземців, але інших столів тут немає. Надмірно скромна і ввічлива людина не зможе навіть поїсти там до пуття. Ближче до центру столу усаджуються завсідники, які без перерви розповідають свіжі анекдоти. Озброєні невтомними щелепами, вони накидаються на їжу за першим сигналом. Горе тому, хто поволі пережовує їжу! Марно звертатися до слуги – стіл спустіє ще до того, як людина приступить до трапези» (Роглев, 2009). Ці спогади засвідчують, що у ті часи мало уваги надавали комфорту і затишку відвідувачів, належному облаштуванню та умеблюванню простору.

До сьогодні є відомим французький ресторан La Tour D'Argent («Срібна Вежа»), відкритий ще у 1582 р. кухарем Філіпом Рокто. На той час це був гостинний двір, збудований за міською стіною часів Філіпа Августа. Тут могли переночувати мандрівники та дворяни, які не змогли потрапити у Париж, адже міські ворота зачинялися на ніч (Hurtaut, 1779). Згодом «Тур д'Аржан» увійшов в історію як перший у Парижі заклад з білими скатерттинами, чистим посудом і культурою обслуговування.

Кав'ярні як ще одна форма громадського харчування та проведення вільного часу вперше з'явилися у Стамбулі в середині XVI ст. В них чоловіки могли випити арабської кави, послухати музику, почитати книги або ж пограти в шахи чи нарди. Згодом кав'ярні відкрились у містах Німеччини та Чехії (Сало, 2010). Дизайн інтер'єру базувався на місцевих традиціях зонування простору і його декорування.

Слід зазначити, що і в епоху Античності, і в епоху Середньовіччя, майже до XVIII ст., заклади громадського харчування були розраховані на бідне населення та на мандрівників, оскільки у суспільстві такі заклади нерідко викликали підозри, а у багатіїв навіть і відразу. Поступово такі таверни практично себе вичерпали і почали занепадати, настав час кардинальних змін, орієнтованих на високий рівень обслуговування та покращення комфорту. Відтак одним із перших ресторанів нового типу можна назвати розкішний та великий ресторан, відкритий у Парижі в 1782 р. під назвою «La Grande Taverne de Londres» ("Велика лондонська таверна"). Власником цієї таверни був Антуан Бовіллер, який працював шеф-поваром у графа Прованського. Саме Бовіллер одним із перших почав звертати увагу на створення зручності та затишку для своїх клієнтів. Його заклад характеризувався вишуканістю оформлення: меблі були виготовлені із червоного дерева, люстри – із кристалю, а столи оздоблювалися скатерттинами із дамаськими візерунками. В ресторані був власний винний льох та їжа вищої якості

("La Grande Taverne", n.d.). При цьому, це був миттєвий успіх, адже, як зазначив великий гастроном Жан Антель Брілья-Саварен, Бовіллер був першим, хто поєднав чотири основи: елегантний інтер'єр, винний льох, неперевершене приготування їжі та розумне і уважне обслуговування (Lang, 2020).

У нових закладах власники більше уваги приділяли стилю ресторану, обслуговуванню та запровадженню різноманітності в меню із залученням кухонь інших народів світу. Ресторани стали тим затишним місцем, де можна смачно поїсти і добре відпочити.

Згодом процеси індустріалізації та інтенсифікації суспільної праці вплинули на особливості організації послуг у сфері громадського харчування. Водночас з існуванням ресторанів, які спрямовані на індивідуальне і вишукане обслуговування, виділився сегмент закладів швидкого та бюджетного харчування. Вони характеризуються великим потоком відвідувачів і оперативністю обслуговування, що висуває нові вимоги до дизайну приміщень. Передусім йому притаманний мінімалізм, простота, висока функціональність і зручність.

Що стосується розвитку готелів як самостійного явища, в сучасному розумінні вони виникли ще в часи Античності. Будувалися вони неподалік від храмів, наприклад, біля храму Афродіти в Олімпії, а також біля інших популярних місць, де проходили святкування, відбувалось паломництво, пролягали культурні та курортні маршрути. А Олімпійські ігри були однією з головних подій, яка збирала не лише античних атлетів та глядачів, але сприяла поживленню торгівлі різними промислами. Відтак до Олімпу з'їжджалася велика кількість людей, для розміщення яких поблизу Олімпу будували різні споруди для ночівлі, торгівлі та надання всіляких побутових послуг (Мунін та ін., 2005, с. 7).

За часів Римської імперії на державному рівні у розвиток готельної діяльності було внесено класифікаційну систему – почали виділяти два типи готелів: один був призначений для патрициїв (мансіонес), а інший – для плебейів (стабуляріїв). Стабулярії, приватні гостинні двори, не славилися комфортом та вишуканим оздобленням. Натомість, мансіонеси становили цілий комплекс із внутрішнім двориком, садом, водоймою, з більш комфортними кімнатами для відпочинку, залом для зустрічі високих гостей (Русавська, 2014, с. 116).

Із розвитком господарських відносин у Римській імперії зростали вимоги подорожуючих до рівня обслуговування та умов проживання у гостинних дворах.

Розширення купецької справи сприяло розвитку готельної справи на Близькому та Далекому Сході. Результати розкопок у південній частині Іраку підтверджують, що у V тисячоріччі до нашої ери існували хани – місця тимчасового притулку людей.

З метою забезпечення купців від нападів повсюдно в Сирії, Палестині, Єгипті, Вавилоні створювалися караван-сараї, які служили тимчасовим притулком учасникам караванів.

Караван-сарай – це прототип перших гостинних дворів для поштових карет, а в сучасному розумінні і motelів. Найчастіше караван-сараї можна зустріти у Вірменії. За архітектурою – це прямокутні будівлі з нефами. Призначенням середнього нефу було розміщення людей та товарів, а бокових – тварин (Роглев, 2009). У Караван-сараях з внутрішнім двором тварини знаходилися у дворі.

В епоху Середньовіччя умови проживання у притулках для подорожуючих («hospitium») характеризувалися низьким рівнем комфорту та обслуговування. У притулках (готелях) того часу протікали дахи, небезпечним було і саме проживання. Згідно з указом Карла Великого (768–814 pp.), монастирі та церкви були зобов'язані приймати паломників, забезпечувати їм нічліг, харчування, лікувальну допомогу і ванну (Волков, 2003). Та умови у таких гостинних дворах були дуже скромними.

Згодом безкоштовні притулки почали набувати підприємницьких рис, орієнтованих на отримання прибутку. Із зростанням вимогливості у подорожуючих і внаслідок технічного прогресу гостинні двори набували нових форми і поступово перетворювалися на готельні підприємства сучасного типу.

У XIX ст. вимоги багатой готельної клієнтури зростають, що веде до підвищення комфорту і рівня оснащення готелів. Формуються цілі готельні комплекси з вишуканими ресторанами та кав'ярнями у них. Саме XIX ст. стало переломним у розвитку готельного господарства. Для всієї Європи характерним стало будівництво гостинних дворів палацового типу, які славилися розкішшю та високим рівнем комфорту. Приїзд заможних мандрівників із Англії та США сильно вплинув на формування традиційної культури надання готельних послуг – вони набувають уніфікованого та стандартизованого характеру. Саме в цей час в ужиток входять такі англійські слова як «експрес», «комфорт» та «дизайн» (Роглев, 2009).

Із початком XX ст. почалось будівництво готелів для бізнесменів і комерсантів. Завершення Другої світової війни та значні міграційні процеси визначили тенденції розвитку готельної справи у США. Найбільш вагомою подією стало будівництво та вихід на міжнародний ринок послуг світових готельних мереж, таких як Hotels&Resorts, Hyatt, Marriott, Hilton Hotels Corporation тощо.

Розвиток готельних комплексів міжнародного та мережевого типу наклав свій відбиток і на розвиток дизайну різних об'єктів готельно-ресторанного бізнесу, передусім, це стосується не лише стилізованого та комфортно-функціонального оформлення житлових приміщень, виробничо-побутових та інших просторів готелів та ресторанів, але й розробки логотипів,

фірмових знаків як елементів фірмового стилю та складової брендингу конкретної готельної мережі.

Готель у сучасному розумінні – це не просто приміщення тимчасового житла. А його рішення інтер'єру – це не лише організація внутрішнього простору, але й створення багатофункціонального об'єкта життєдіяльності людини, тому в готельній індустрії дизайн середовища несе велике емоційне навантаження. Інтер'єр стає складним, багатоплановим об'єктом, який володіє величезною естетично-психофізіологічною силою впливу на людину. Проектування будівлі або інтер'єру завжди починається з розробки концепції та визначення засобів побудови середовища. Концепція дозволяє вибрати напрямок і хід роботи архітектурного та дизайнерського проектування. Стосовно готелів, концепція вирішення їхніх інтер'єрних просторів повинна відповідати тим цінностям, що закладені у бренд засобами просторового дизайну.

Фірмовий стиль – це основа формування іміджу будь-якої організації. Відтак фірмовий стиль як дизайн-завдання зводиться до створення фірмової атрибутики, яка використовується буквально у всьому: у зовнішньому і внутрішньому оформленні будівлі готелю; у підборі і створенні аксесуарів та обладнання (техніка, меблі, текстиль, елементи декору та засоби гігієни); в усіх видах реклами та інформаційних буклетів. Візуальна і функціональна єдність рекламної-інформаційної продукції забезпечується набором кольірних, графічних, друкарських постійних елементів (констант). Щодо меблювання, декору та обладнання інтер'єрів, слід відмітити, що їх сприйняття здійснюється не тільки візуально, тому на перший план виходить фактура використовуваних матеріалів і якість устаткування.

Цікаво також розглянути особливості застосування концептуального підходу у дизайн-проектванні готелів мережі Hilton Hotels Corporation, Radisson Hotels & Resorts, Hyatt та Marriott.

Готельна мережа Hilton є однією з найбільших на світовому готельному ринку. Вона сповідує гасло: «Будьте моїм гостем» ("Be my guest"). Її відмінною особливістю є лаконічний дизайн інтер'єрів, заснований на поєднанні мармуру, натурального дерева і позолоти, без використання плавних ліній у формоутворенні.

Фірмовий стиль виразно прочитується у розробці номерів, де провідним матеріалом є натуральна деревина темних порід. В готелях цієї мережі застосовують цікавий підхід до оформлення ліжка, яке разом із стіною наче утворює єдине ціле. Hilton орієнтується в основному на ділову публіку, а тому там завжди можна знайти «Executive Suite» – номер з письмовим столом і набором оргтехніки. В готелі обов'язковою є наявність лобі-бару та конференц-залу.

Готельна мережа Radisson Hotels&Resorts працює під девізом «Так, я можу» ("Yes, I can"). Її ринкова ніша – це розкішні готелі та великі готельно-курортні комплекси. У дизайні інтер'єрів застосо-

ується багато скла як оздоблювального і навіть конструкційного матеріалу. Скляними є зовнішні огорожувальні конструкції, внутрішні перегородки, стелі і навіть підлоги. Відмінною рисою у вестибюлях готелів є поєднання скляних площин з відполірованою поверхнею каменю – мармуру або граніту (рис. 1).

Дизайн інтер'єрів будується на контрасті: матеріалів, розмірів, що вносить відчуття динаміки при сприйнятті середовища, що відповідає сучасному темпу життя. Характерною особливістю дизайну інтер'єрів є колірне рішення, побудоване на використанні холодної кольорової гами з домінуванням блакитного кольору. Особливістю готельної мережі Radisson є використання в інтер'єрах меблів, розроблених на спеціальне замовлення. Наприклад, крісла-скульптури Egg (Яйце) і Swan (Лебідь) були виконані дизайнерами спеціально на замовлення Radisson SAS Royal Copenhagen (Иванова и др., 2012).

Серед інновацій Radisson виділяються комфортні номери Sleep Numbers зі спеціально розробленими ліжками Select Comfort. Ліжка в номерах Radisson завжди були одним з головних переваг даної мережі, незалежно від рівня готелю. Таким чином Radisson представляє своє бачення сучасної готельної розкоші – функціональної, витонченої і комфортної.

Просторовий дизайн готелів мережі Radisson та Hilton свідчить про те, що концептуальні підходи до їхнього оформлення спрямовані на підтримку і розвиток єдиного фірмового стилю кожної мережі, що надає їй риси індивідуальності, неповторності та дозволяє виокремити з-поміж інших і знайти свого споживача. У дизайні інтер'єрів готельної мережі Radisson Hotels&Resorts застосовується багато скла.

Готелі мережі Hyatt, кредо яких полягає у «Створенні досвіду, а не тільки проживання в готелі» («Create an experience rather than merely a hotel stay»), працюють у ніші готелів екстра-класу. В архітектурі будівель завжди відображається стиль країни або міста, в якому розташований готель, що органічно поєднуєть-



Рис. 1. Інтер'єр ресторану в готелі Radisson Blu Hotel, Algiers Hydra, Алжир, 2021.

Fig. 1. Interior of the Radisson Blu Hotel, Algiers Hydra, Algeria, 2021.

ся з сучасними технологіями. Кожен з готелів бренду Hyatt має свої особливості. Скажімо, готелі мережі Park Hyatt характеризуються невеликою кількістю номерів, а поєднання сміливих архітектурних рішень і першокласного місця розташування – типові характеристики готелів бренду Grand Hyatt.

Дизайн інтер'єрів мінімалістичний за своїм формотворенням, його характерною особливістю є обов'язкове використання натурального темного дерева, що створює враження солідності без зайвої помпезності. Також відмінними рисами готелів бренду є сучасний, інноваційний дизайн та його поєднання з національним колоритом.

Фірмовими особливостями готелів Hyatt є інноваційні ідеї в закладах харчування, ультрасучасні технології в SPA і фітнес-центрах, а також наявність великих приміщень для ділових заходів і засідань. Особливістю планування є відкриті простори, які наче перетікають з одного в інший на всіх поверхах будівлі (рис. 2).

Завдяки високим стелям і панорамним вікнам, номери наповнені повітрям і світлом. Дизайн номерів втілює лаконічну естетику сучасної розкоші. В інтер'єрі використовують темну підлогу з мореного дуба, з цього ж матеріалу виконують узголів'я ліжок. Контраст темних і світлих матеріалів дає відчуття строгості, що є важливим для ділових людей.

Ще однією особливістю інтер'єрів у мережі Hyatt, що відрізняє її від готелів інших мереж, є акцент на національний колорит (рис. 2 – 5).

У дизайн-концепції мережі Hyatt є термін «драматичне сприйняття», що передбачає певні відчуття, які повинен відчути відвідувач готелю. Тому, в організації готелю іноді використовується прийом перенесення зони реєстрації з першого поверху на останній, щоб, піднявшись, гість міг отримати естетичну насолоду від краєвиду.

Мережа готелів Marriott працює під девізом: «Spirit to serve» («Обслуговування з натхненням»). Всі готелі мережі Marriott керуються двома основними критеріями: високою якістю обслуговування та дорогим і поважним оздобленням номерів. Marriott – це мультибрендова корпорація, проектування готелів якої виконуються різними архітекторами і дизайнерами. Відтак кожен з готелів має унікальний вигляд, але всі інтер'єри породжують відчуття урочистості та святковості завдяки загальному світлому і теплому колориту. В оздобленні використовуються натуральні матеріали: камінь і дерево. Характерною особливістю дизайну інтер'єрів є широке використання кіл у формоутворенні: у структурі стель, у малюнках підлог, у обрисах колон, диванів, освітлювальних приладів, малих архітектурних форм (рис. 6 – 8).

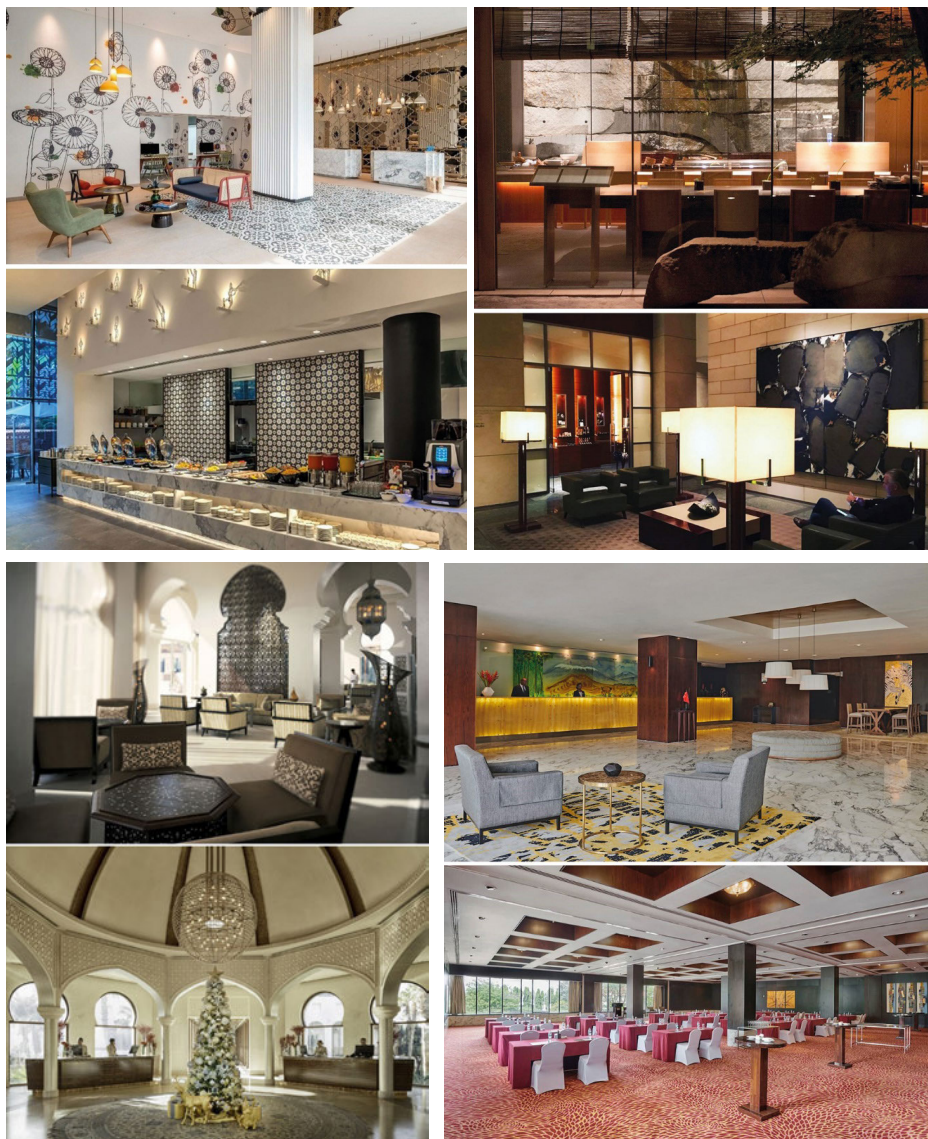


Рис. 2. Готель Hyatt Centric Candolim Goa, Індія, 2021.

Fig. 2. Hotel Hyatt Centric Candolim Goa, India, 2021.

Рис. 3. Готель Grand Hyatt Tokyo, Японія, 2021.

Fig. 3. Hotel Grand Hyatt Tokyo, Japan, 2021.

Рис. 4. Готель Park Hyatt Dubai, Об'єднані Арабські Емірати, 2021.

Fig. 4. Hotel Park Hyatt Dubai, United Arab Emirates, 2021.

Рис. 5. Готель Hyatt Regency Dar es Salaam, Дар-ес-Салам, Танзанія.

Fig. 5. Hyatt Regency Dar es Salaam, The Kilimanjaro, Tanzania.



Рис. 6. Інтер'єр готелю Ningbo Marriott Hotel, Китай, 2021.

Fig. 6. Interior of the Ningbo Marriott Hotel, China, 2021.

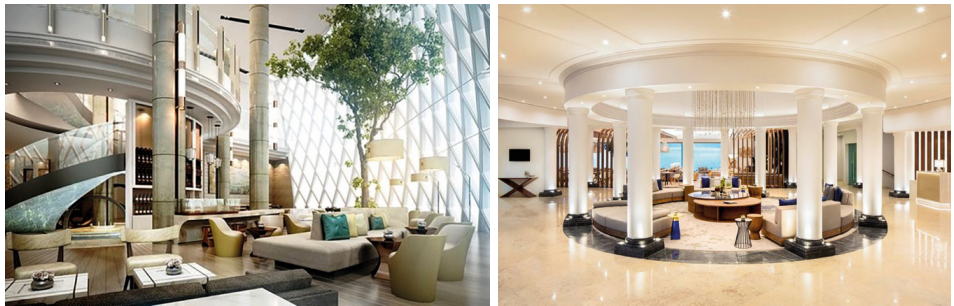


Рис. 7. Інтер'єр готелю JW Marriott Hotel Kolkata, Індія, 2021.

Fig. 7. Interior of the JW Marriott Hotel Kolkata, India, 2021.

Рис. 8. Інтер'єр готелю Marriott Praia DEl Rey, Португалія, 2021.

Fig. 8. Interior of the Marriott Praia DEl Rey, Portugal, 2021.

Як бачимо, в процесі еволюції готельно-ресторанних закладів розуміння та значення дизайну змінювалося. На більш ранніх етапах їхнього становлення роль дизайну носила суто функціональний, іноді не надто осмислений характер. Якщо брати до уваги перші таверни та кав'ярні, караван-сараї та притулки для подорожуючих, то оздоблення їхніх приміщень було спрямоване передусім на забезпечення базових потреб – надання відносно безпечного місця для сну, відпочинку та прийому їжі без особливих вимог до естетики, затишку та комфорту.

Існування різних верств населення Стародавньому Римі призвело до появи різних типів готелів: від стабуляріїв, позбавлених претензії на комфорт і затишок, до протилежних їм за якістю мансіонів.

В епоху Відродження, яка характеризується значними науково-технічними та географічними відкриттями, а також зростан-

ням вимог подорожуючих щодо комфорту, чистоти та естетики, оформлення приміщень готелів та ресторанів набув нового, більш осмисленого значення. Ваги надавали не лише функціональності, але й психо-емоційному затишку та естетичному задоволенню заможних відвідувачів.

Починаючи із кінця XIX ст. готельно-ресторанна діяльність набуває нових організаційних форм, а до дизайну починають підходити більш комплексно. І з XX ст. інструментарій дизайну служить не лише для оздоблення житлових просторів, він є невід'ємним елементом успішного розвитку діяльності готельно-ресторанних комплексів, застосовується при формуванні їхнього фірмового стилю та іміджу. З допомогою дизайнерських рішень кожен готель та ресторан реалізує власну концепцію, яка проявляється як в особливостях оформлення готельних номерів, ресторанных залів, так і в системі розпізнавально-інформаційної атрибутики: дизайні реклами, буклетів, записників, візиток, одягу працівників закладу, інвентарю тощо. Таким чином можемо стверджувати, що дизайн у розвитку об'єктів готельно-ресторанної бізнесу набуває більш системного значення.

В сучасному світі особлива увага звертається не лише на комфорт готельних номерів, якість ресторанных страв, але й на рівень обслуговування та неординарність, нестандартність, оригінальність, яка проявляється у загальній архітектурі, у сувенірно-інформаційній продукції готельно-ресторанної діяльності. Сучасного клієнта потрібно забезпечувати не лише комфортом та затишком, але й дивувати та вражати. Вдале системне застосування усього інструментарію дизайну дозволяє впоратись з такими викликами сьогодення.

**Наукова
новизна та
практична
значимість
дослідження**

5

Полягає у відстеженні змін в оформленні готельно-ресторанних закладів упродовж всієї історії, а також в огляді основних тенденцій у дизайні сучасних готельних мереж. Результати дослідження також дозволили виокремити основні підходи застосування дизайну в процесі еволюції об'єктів готельно-ресторанного бізнесу, а саме: функціональний, функціонально-естетичний та системний.

Функціональний підхід у дизайні об'єктів готельно-ресторанного бізнесу передбачає оформлення готельно-ресторанних просторів, орієнтоване на створення базових комфортних умов для обслуговування основних фізіологічних потреб відвідувачів.

Функціонально-естетичний у дизайні об'єктів готельно-ресторанного бізнесу передбачає оформлення готельно-ресторанних просторів, орієнтоване як на створення комфортних умов для обслуговування основних фізіологічних потреб відвідувачів.

чів, так і на забезпечення їхнього психо-емоційного та естетичного задоволення.

Системний підхід у дизайні об'єктів готельно-ресторанного бізнесу, з одного боку, передбачає оформлення готельно-ресторанних просторів, орієнтоване на створення комфортних умов для обслуговування основних фізіологічних та специфічних потреб різних груп відвідувачів (ділових людей, спортсменів, митців, паломників, молоді, відвідувачів з дітьми чи без них тощо) відповідно до їхніх потреб, пріоритетів та очікувань та забезпечення їхнього психо-емоційного та естетичного задоволення, а з іншого, передбачає розуміння та застосування дизайнерських рішень як елемента, за допомогою якого формується загальний фірмовий стиль готельно-ресторанного комплексу, що дозволяє клієнту виокремити конкретний заклад з-поміж інших.

Висновки **6**

Проведене дослідження свідчить, що впродовж тривалого періоду становлення та розвитку об'єктів готельно-ресторанного бізнесу відбулися істотні зміни в їхньому дизайнерському вирішенні. Весь процес становлення та розвитку готельно-ресторанних закладів характеризується трансформацією розуміння поняття «дизайн» та ступенем застосування його інструментарію як в оздобленні приміщень, так і в його використанні при формуванні концепції та фірмового стилю компанії. Саме системний підхід у дизайні об'єктів готельно-ресторанного бізнесу забезпечує формування конкурентних переваг та є однією із основних складових ефективної організації та ведення готельно-ресторанної діяльності.

Список бібліографічних посилань

- Альтман, Д. (2020, 9 грудня). *Доставка їжі: історія та комунікації*. Bazilik. <https://bazilik.media/dostavka-izhi-istoriia-ta-komunikatsii/>
- Басюк, Д. І., Сологуб, Ю. І., Бабиц, І. М., Осипова, Л. А., Білько, М. В., & Смирнов, І. Г. (2014). *Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом* [Монографія]. Видавець Д.Г. Зволейко.
- Волков, Ю. Ф. (2003). *Введение в гостиничный и туристический бизнес*. Феникс.
- Иванова, Л. А., Бондаренко, И. В., Дышкантюк, О. В., & Краснодарская, Е. А. (2012). *Дизайн объектов гостинично-ресторанного бизнеса* [Монография]. Астропринт.
- Мунін, Г. Б., Зміюв, А. О., Зінов'єв, Г. О., Самарцев, Є. В., Гаца, О. О., Максимець, К. П., & Роглев, Х. Й. (2005). *Управління сучасним готельним комплексом*. Ліра-К.
- Роглев, Х. (2009). *Основи готельного менеджменту*. Кондор.
- Русавська, В. А. (2014). Культурно-історичний контекст становлення закладів гостинності. *Питання культурології*, 30, 113–119.
- Сало, Я. М. (2010). *Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Ресторанна справа: Довідник офіціанта*. Афіша.
- Daley, J. (2016, March 14). *2,100-Year-Old Roman Tavern Unearthed, Empty Cups and All. The proposed ancient bar and grill in southern France could shed light on the spread of Roman*

- culture. *Smithsonian magazine*. <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/2100-year-old-roman-tavern-uncovered-empty-cups-and-all-180958395/>
- Hurtaut, P.-T.-N. (1779). *Dictionnaire Historique De La Ville De Paris Et De Ses Environs* (Vol. 4). Moutard. https://books.google.com.ua/books?id=NfVAAAAcAAJ&pg=PA177&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- La Grande Taverne de Londres. Restaurant, Paris, France*. (n.d.). *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/place/La-Grande-Taverne-de-Londres>
- Lang, G. (2020, March 21). *Restaurant. Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/restaurant>

References

- Altman, D. (2020, December 9). *Dostavka yizhi: istoriia ta komunikatsii* [Food Delivery: History and Communications]. *Bazilik*. <https://bazilik.media/dostavka-izhi-istoriia-ta-komunikatsii/> [in Ukrainian].
- Basiuk, D. I., Solohub, Yu. I., Babych, I. M., Osypova, L. A., Bilko, M. V., & Smyrnov, I. H. (2014). *Aktualni problemy upravlinnia vynohradno-vynorobnym kompleksom* [Actual Problems of Management of a Grape and Wine Complex] [Monograph]. Publisher D.H. Zvoleiko [in Ukrainian].
- Daley, J. (2016, March 14). *2,100-Year-Old Roman Tavern Unearthed, Empty Cups and All. The Proposed Ancient Bar and Grill in Southern France Could Shed Light on the Spread of Roman Culture*. *Smithsonian magazine*. <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/2100-year-old-roman-tavern-uncovered-empty-cups-and-all-180958395/> [in English].
- Hurtaut, P.-T.-N. (1779). *Dictionnaire Historique De La Ville De Paris Et De Ses Environs* [Historical Dictionary of the City of Paris and Its Surroundings] (Vol. 4). Moutard. https://books.google.com.ua/books?id=NfVAAAAcAAJ&pg=PA177&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false [in French].
- Ivanova, L. A., Bondarenko, I. V., Dyshkantuk, O. V., & Krasnodemskaya, E. A. (2012). *Dizain ob"ektov gostinichno-restorannogo biznesa* [Design of Objects of Hotel and Restaurant Business] [Monograph]. Astroprint [in Russian].
- La Grande Taverne de Londres. Restaurant, Paris, France* [The Great London Tavern. Restaurant, Paris, France]. (n.d.). *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/place/La-Grande-Taverne-de-Londres> [in French].
- Lang, G. (2020, March 21). *Restaurant. Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/restaurant> [in English].
- Munin, H. B., Zmiiov, A. O., Zinov'iev, H. O., Samartsev, Ye. V., Hatsa, O. O., Maksymets, K. P., & Rohliev, Kh. Y. (2005). *Upravlinnia suchasnym hotelnym kompleksom* [Management of a Modern Hotel Complex]. Lira-K [in Ukrainian].
- Rohliev, Kh. (2009). *Osnovy hotelnoho menedzhmentu* [Fundamentals of Hotel Management]. Kondor [in Ukrainian].
- Rusavska, V. A. (2014). *Kulturno-istorychnyi kontekst stanovlennia zakladiv hostynnosti* [Cultural and Historical Context of the Establishment of Hospitality Establishments]. *Issues in Cultural Studies*, 30, 113–119 [in Ukrainian].
- Salo, Ya. M. (2010). *Orhanizatsiia obsluhovuvannia naseleння na pidpriemstvakh restorannoho servisu. Restoranna sprava: Dovidnyk ofitsianta* [Organization of Public Service At Restaurant Service Enterprises. Restaurant Business: Waiter's Guide]. Afisha [in Ukrainian].
- Volkov, Yu. F. (2003). *Vvedenie v gostinichni i turisticheskii biznes* [An Introduction to the Hospitality and Tourism Business]. Feniks [in Russian].