

ЛАУНЖ-БАР ЯК СУЧАСНИЙ ФОРМАТ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

На сучасному етапі розвитку індустрії гостинності в Україні відбувається активне формування нових форматів закладів ресторанного господарства, що орієнтовані на задоволення потреб різних груп споживачів. Одним із найпопулярніших трендів останнього десятиліття став лаунж-бар – інноваційний тип закладу, який поєднує елементи барної культури, простору для відпочинку, спілкування та розваг. Цей формат зарекомендував себе як вдале поєднання естетики, комфорту та неформальної атмосфери [1, 2].

Лаунж-бар вирізняється особливою концепцією: це простір для релаксу з продуманим дизайном, приглушеним освітленням, сучасною або тематичною лаунж-музикою, високим рівнем обслуговування та різноманітням напоїв. У таких закладах, як правило, представлений широкий асортимент алкогольних і безалкогольних коктейлів, фірмового чаю, кавових напоїв, легких закусок і десертів. У багатьох лаунж-барах також пропонують кальяни, що стало характерною ознакою цього типу підприємств.

Цільова аудиторія лаунж-барів охоплює передусім молодих, активних та соціально мобільних людей віком від 20 до 35 років, які цінують якісний відпочинок, комфортну атмосферу й сучасний сервіс. Це представники креативного класу, молоді підприємці, менеджери, фрілансери, які шукають місце для неформального спілкування, бізнес-зустрічей або романтичних побачень. Для цієї категорії важливими стають не лише гастрономічні

характеристики, а й емоційна складова – враження, відчуття престижу та можливість відпочити від буденності. Тому для успішного функціонування лаунж-бару важливо формувати імідж модного, «інстаграмного» місця, яке постійно оновлює свою концепцію, дизайн, меню та розважальні програми, утримуючи інтерес вимогливої аудиторії.

Водночас діяльність таких закладів стикається з низкою нормативно-правових аспектів, насамперед щодо використання кальянів. В Україні діє низка законодавчих обмежень, спрямованих на зменшення шкідливого впливу тютюнових виробів на здоров'я населення. Зокрема, згідно з рішенням Касаційного адміністративного суду у складі Верховного Суду України від 20 грудня 2024 року (справа №320/29317/23), приготування кальянів у приміщеннях закладів ресторанного господарства прирівнюється до стимулювання продажу тютюнових виробів, що прямо заборонено статтею 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення». Отже, навіть якщо реклама тютюнової продукції відсутня, сам факт надання послуги з приготування кальяну є порушенням чинного законодавства.

Разом із тим, у Верховній Раді триває дискусія щодо можливого пом'якшення законодавства у цій сфері. На розгляді перебувають два законопроекти: один передбачає повне скасування заборони без додаткових умов, а інший – більш збалансований – пропонує дозволити використання кальянів у спеціально обладнаних зонах із належною вентиляцією, санітарними вимогами та віковими обмеженнями для відвідувачів. Експерти ресторанного ринку вважають, що саме другий підхід є оптимальним, оскільки він дозволить узаконити цю діяльність, забезпечити державний контроль, а також сприятиме детінізації ринку, створенню робочих місць і зростанню податкових надходжень.

Перспективність відкриття лаунж-барів в Україні зумовлена не лише популярністю цього формату серед молоді, а й загальними тенденціями розвитку міського дозвілля. Такі заклади поєднують функції соціального простору, гастрономічного центру та локації для культурних подій (лайв-виступів,

дегустацій, тематичних вечорів). Відповідно, при проєктуванні подібного підприємства ключову роль відіграють атмосфера, інтер'єр, музичний супровід, концепція меню та вдале розташування.

Найбільш привабливою з позиції маркетингу є центральна частина міста, де зосереджена основна цільова аудиторія, розвинена транспортна й туристична інфраструктура, висока пішохідна активність. Проте в умовах великої конкуренції цікавим рішенням може стати відкриття лаунж-бару у нестандартних локаціях – підвальних приміщеннях, старих будинках, колишніх арт-просторах чи лофтах. Такі простори дозволяють створити унікальний інтер'єр, підкреслити атмосферність і сформувати власний стиль, що є одним із найсильніших маркетингових інструментів у сучасному ресторанному бізнесі.

Таким чином, лаунж-бар – це не просто формат підприємства харчування, а ціла концепція відпочинку та соціальної взаємодії, що поєднує комфорт, сучасні технології, естетику і гастрономію. Його розвиток в Україні має значний потенціал за умови дотримання правових норм, творчого підходу до створення простору та орієнтації на потреби сучасного міського споживача.

Список використаних джерел:

1. Паска М. З. Організація барної справи: конспект лекцій. Львів : ЛДУФК ім. І. Боберського, 2019. 41 с.
2. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка* № 5, 2014.