

Сулим П.А., студ. гр. 402в БГУКИ

Науч. рук. – Климук И.Я.,

кандидат педагогических наук, доцент

## **АНТИ-КЛУБ «ДАХ» КАК НОВОЕ ПОНЯТИЕ В СФЕРЕ ДОСУГА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

С целью развития туристической инфраструктуры, учитывающей географическое положение, природные, исторические и культурные богатства Беларуси, а также воспитания у граждан патриотизма и уважения к Отечеству Указом Президента Республики Беларусь от 27 декабря 2013 г. № 573 – 2014 год в нашей стране объявлен Годом гостеприимства. Это должно способствовать сосредоточению усилий государственных органов, организаций и граждан на развитии и эффективном использовании туристических возможностей Беларуси и организации на высоком уровне приема иностранных гостей, которые придут на празднование 70-й годовщины освобождения Республики Беларусь от немецко-фашистских захватчиков, мероприятия чемпионата мира по хоккею и другими международными акциями<sup>[1]</sup>.

По всему миру набирает популярность такая форма проведения досуга, как «анти-кафе» – заведение социальной направленности, место для встреч, времяпрепровождения, «арендуемое» посетителями в формате «плати за время». В таких заведениях гарантированы напитки и десерты, игры с друзьями и незнакомыми людьми, коворкинг<sup>[2]</sup>, просмотр кинофильмов, за что плата не взимается, а оплачиваются лишь минуты, проведенные внутри. Зачастую анти-кафе, как и многие европейские кафе и рестораны, располагаются на мансардах бизнес-центров, гостиничных комплексов,

---

<sup>1</sup> Источник официального опубликования: Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 31.12.2013, 1/14708.

<sup>2</sup> Коворкинг (от англ. co-working - совместно работающие) - модель работы, в которой участники, оставаясь независимыми и свободными, используют общее пространство для своей деятельности [6, с. 23].

торговых предприятий и офисных сооружений. В США, Японии, Новой Зеландии, Канаде, Великобритании использование крыш зданий обусловлено, к тому же, все более истощающимися земельными ресурсами. В России количество подобных заведений в последние годы также резко возросло: возникновение Москва-сити требует организации креативных проектов, а плотность застройки Санкт-Петербурга предполагает использование крыш – дополнительной площадки реализации индустрии досуга и общественного питания.

В настоящее время гостиничные комплексы рассредоточены по всей территории Беларуси. Только в столице в 2011г. насчитывалось более 37 гостиниц и гостиничных комплексов, 14 из которых имеют международную категорию классификации по звездам [3, с. 45]. Такое количество объектов требует формирования сопутствующих объектов сферы досуга и общественного питания. Наличие таких заведений предоставляет широту выбора потенциальным клиентам, однако хотелось бы, чтобы в каждом учитывался один из важнейших факторов – уникальность.

В городе Минске известно лишь одно кафе, которое использует крышу (в данном случае собственную) – «Golden Coffe» на ул. Максима Богдановича, 26. Среди заведений столицы формата анти-кафе можно отметить «Дом Фишера», «Come-In», «On life», но все они располагаются либо на первых этажах, либо же в подвальных помещениях. До сих пор, ни в столице, ни в стране в целом, не организовано ни одного ресторана, кафе или клуба, которое, располагаясь на крыше здания, сочетало бы преимущества анти-кафе и авторскую кухню.

В связи с выше указанными фактами нами предпринята попытка ввести новое понятие в научный обиход и практику индустрии досуга – «анти-клуб». *Анти-клуб* – это заведение ресторанного типа с авторской кухней, работающее по формату популярного за рубежом *анти-кафе* и предлагающее развлечение в виде клубов, кружков, развлекательных программ. Как показал анализ нормативно-правовой базы [4, с. 2],

подходящий для концепции нашего проекта формат пока не закреплён законодательно в Беларуси. Научные исследования анти-кафе сейчас только начинаются в России, а в дальнем зарубежье ориентируются на опыт стран СНГ. Поэтому актуальность инновационно-творческого проекта, который был назван «Анти-клуб «Дах», возрастает. Деятельность анти-клуба «Дах» позволит расширить поток иностранных граждан, создать дополнительные рабочие места для местного населения. Осуществление проекта подразумевает открытие учреждения общественного питания и досуга на базе гостиницы «Беларусь», ориентированного в основном на сегмент потребителей с высоким уровнем дохода [2, с. 186], включающего различные блоки: заведение общественного питания, клубы по интересам, танцпол, кинотеатр, оранжерею, т.д. В рамках функционирования проекта будут проводиться программы, направленные на ознакомление с национальным колоритом Республики Беларусь, что поможет привлечь внимание к белорусской культуре.

Создание анти-клуба позволит прогнозировать увеличение количества клиентов в гостинице «Беларусь», а также, благодаря использованию этнических мотивов в программах, обратить внимание на белорусскую культуру в современном контексте. Благодаря данному проекту мы сможем популяризировать самодеятельное творчество в нашей стране, а также задействовать туристов и местных жителей: насладиться творческими вечерами, повысить интеллектуальные способности и просто отдохнуть. В зимний период согревать посетителей будет плотный навес с мобильными печками.

Для успешной реализации проекта необходимо соблюдать ряд следующих условий: высокое качество сервиса, достаточное количество посадочных мест, знание английского языка обслуживающего персонала (для иностранных посетителей), широкое разнообразие развлекательных программ, в ряде которых используются элементы национального колорита.

Посетители смогут насладиться разнообразным меню – это *белорусская* традиционная кухня, включая такие старинные блюда, как: драники, колдуны, пызы, мачанка, верещанка, пяхыста, кумпячок, тушанка, смажанка, вантрабянка, рубец – фаршированный свиной желудок с мясом и гречневой кашей; юшка, забелок, закрас, волог, суп жур на основе овсяного отвара; поливка – жидкий суп из крупы и овощей; морква – суп из моркови, грыжанка – суп из брюквы, гарбузок – суп из тыквы; чай – на местных лечебных травах; кисели и морсы на ягодах; хлеб, сыры из коровьего или козьего молока, мед разных сортов, сладости из яблок, клюквы и др.

Хорошо организованное и проведенное мероприятие существенно повышает престиж заведения и служит гарантом его финансовых успехов [1, с. 254]. Для каждой из территориальных зон «Даха» в разное время суток предусмотрены определенные формы занятости гостей. Так, например, *в период работы кинотеатра* будут организованы: кинопросмотры, соревнования по мастерству мультимедиа (киберспорт, видеоинсталляции, визуализационные картины при помощи планшета, анимации), караоке, театр теней, мастер-классы по ретуши и обработке изображений, 2D и 3D-анимации; виртуальные экскурсии по городам мира и др. *В зоне оранжереи* – мастер-классы по экибане, флористике и уходу за растениями; искусству создания бонсай и сада камней, соломо-и лозоплетению (экологичные чехлы для планшетов и мобильных устройств, корзинки, шкатулки, др.). *На террасе* будут располагаться смотровая площадка, чил-аут зона, настольные и командные игры (мафия, монополия, «стикеры», шашки, шахматы); будут устраиваться мастер-классы: по карточным играм, некоторым видам ремесел (гончарное дело, изготовление тряпичных кукол из льна, др.) На территории *кафе* планируются мастер-классы по приготовлению национальных блюд и оформлению фуршетов, мастер-класс по созданию скульптур из продуктов питания (овощи, фрукты, сыры и др.); подготовка кейтеринга для разнообразных программ и праздников (Масленица, Купалле, Троица и т.д.) и др. *Познавательные* – на территории города Минска: экскурсии по

достопримечательностям столицы, посещение природных и архитектурных памятников, костелов, церквей, музеев, различных фестивалей, ярмарок, инсценировок военных событий, посещение аэроклубов, театров, парков, зоопарков, магазинов и рынков.

Анти-клуб по своей сути является уникальным проектом. Его неповторимость заключается в том, что на базе популярного объекта, одной из визитных карточек столицы Беларуси - «Golden Coffe» будет располагаться многофункциональная территория развлечений, организованная по кластерному типу. Учитывая наличие большого количества зон с возможностью организации разнообразных форм досуга, проект видится достаточно востребованным среди широкой потребительской аудитории, а его инновационность и конкурентоспособность станут гарантиями экономической рентабельности и привлекательности для инвесторов.

- 
1. Зигель, С. Ресторанный сервис: основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих. / С. и Л. Зигель, Х. и Р. Ленгер, Г. Штиклер, В. Гутмайер. – М. : ЗАО «Центрполиграф», 2007. – 288 с.
  2. Саак, А.Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.
  3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: Е.И. Кухаревич [и др.] – Минск : Информационно-вычислительный центр Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2012. – 131 с.
  4. Инструкция по классификации торговых объектов общественного питания: утв. постановлением Министерства торговли Республики Беларусь от 08. янв. 2004 г., №1 // Справочник работника общественного питания. Минск: Бел. ассоц. кулинаров, 2006. – 440 с.

5. Kurzstudie: Soziale Absicherung im Betahaus Berlin [Electronic resource] / ed. C. Fahle, P. Bühr – Betahaus, 2009. – Mode of access : <http://www.betahaus.com>. – Date of access : 16.03.2014.

6. Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – США, 2014. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org>. – Дата доступа : 07.03.2014.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ