

ГОРОДСКОЕ КАФЕ

Мамедова М.Н.

Научный руководитель – доцент Истомина С.А.

Сибирский федеральный университет

Роль кафе в пространстве города очень важна. Во-первых, это необходимая для человеческих потребностей структура, во-вторых, это общественные заведения, создающие образ города, что немаловажно для эстетического воспитания населения и чувство гордости за свой город.

В современном мире многие люди перестали сами готовить пищу и отдают предпочтение работе или другим делам, поэтому возникает все большая потребность в заведениях общественного питания, где люди могли бы утолить свой голод. Эти заведения люди любят посещать не только из-за хорошей кухни, напитков и музыки, но и потому, что архитекторы и дизайнеры в каждом случае создают уникальный дизайн. В профессиональных кругах принята концепция, что эти пространства должны притягивать посетителей, которые будут живо чувствовать необычность этих заведений и рассматривать их как места, подходящие для встреч с друзьями или просто для того, чтобы выпить стаканчик после работы. Искусство дружеского общения в значительной степени нуждается в атмосфере, в которой посетители могут себя чувствовать непринужденно, зная, что они находятся в «самом лучшем» из возможных мест. Поэтому стоит рассмотреть городское кафе не только с точки зрения места, где человек может удовлетворить свой голод, но и с точки зрения ярких стилистических и цветовых акцентов в визуальной структуре города.

В Европе и других развитых странах в рестораны приходят поесть часто с семьями и друзьями. Это совершенно конкретная функция реализации первичных потребностей предполагает, что в дизайне не будет ничего лишнего, отвлекающего от процесса получения гастрономического удовольствия. В другом случае этого явно маловато. Скорее всего, с рестораном связывается ожидание хорошо провести время, в том числе – хорошо поесть. Результатом удачной вечеринки будут впечатления, приятные воспоминания. Это уже несколько другая задача для городских объектов общественного питания, которые помимо чисто кулинарных технологий должны предложить нечто такое, что будет способствовать получению этих впечатлений. В этом случае интерьер, обстановка, сервировка, поведение персонала приобретают значению атрибутов некоего действия, игры в кулинарные удовольствия и не только...

Социологи видят в этом две принципиально разные модели удовлетворения потребностей. В первом случае обозначено целенаправленное действие, когда человек хочет есть. Это рациональный мотив, он не вызывает каких-либо эмоций кроме чувства насыщения. Так внезапный приступ голода можно погасить случайным бутербродом или гамбургером. Мотив конкретен и не требует стимуляции. В такой момент достаточно увидеть возжеланный фаст-фуд и ноги сами к нему побегут. Дизайн помогает акцентировать точки быстрого питания в городской среде, в местах концентрации пешеходных потоков ярким цветом, огромными знаками логотипов, выносными рекламными щитами. Все фаст-фуды мира выглядят одинаково не столько по причине принадлежности их к сетевой системе (хотя и не без этого), а потому, что хотят попасть в определенный знаковый стереотип, знакомый каждому с детства. В их похожем дизайне заложен рациональный подход, именуемый в практике маркетинга,

как метод визуальной подстройки. Копирование внешности самых успешных брендов общепита означает экономию средств на продвижение собственного.

Очень часто структура общественного питания проникает внутрь жилых комплексов. Ориентация в данном случае идет на потребителя – жителя данного района. Именно поэтому новые городские кафе открываются все чаще в быстроразвивающихся районах города. Развитие сети общественного питания и рациональное ее размещение имеют большое значение в обеспечении населения питанием по месту жительства, работы, учебы. На жилых территориях города (в районе, микрорайоне или комплексе) общедоступные предприятия общественного питания располагаются равномерно в пределах пешеходной доступности с учетом остановок общественного транспорта и направления пешеходных потоков.

Предприятия городского значения размещаются с учетом транспортной доступности в городских, районных центрах, на площадях, вдоль главных улиц и магистралей, в зонах отдыха, в зданиях общественных и торговых комплексов, отдельно стоящих зданиях, встроенных и пристроенных помещениях к жилым домам и общественным зданиям.

Рассмотрим эти закономерности на примере Красноярска. В качестве объектов исследования возьмем популярные кафе (местные бренды) – сеть пиццерии Перцы и Harat's pub. В первом случае фасады кафе ориентированы на оживленную ул. Копылова. Рис.1. Оба бренда сосуществуют рядом на первом этаже жилого здания. Можно сделать вывод, что кафе ориентированы на жителей близлежащих домов и людей, работающих поблизости. Спрос на данный вид услуг довольно велик и этот рынок не достаточно насыщен, поэтому заведения такого типа могут сосуществовать рядом друг с другом. Во втором случае кафе Harat's pub располагается в культурном центре города вблизи Большого концертного зала и на пл. Мира, с другой стороны – Красноярская государственная академия музыки и театра. Рис. 2. Здесь кафе ориентируется на широкий спектр клиентов: жителей близлежащих домов, работников офисов, студентов и т.п. Кафе находится на первом этаже торгово-офисного заведения Метрополь и имеет отдельный вход с ул. Каратанова и летнюю террасу, выходящую на улицу. Вывески кафе просматриваются также с ул.Ленина, расширяя свой ареал влияния. В третьем примере кафе пиццерии Перцы располагается в административном здании в центре города на пересечении пр. Мира и ул.Дзержинского. Рядом находятся городские места отдыха: площадь Революции, площадь им. Дзержинского, парк им. Горького, а также многочисленные магазины. Рис.3. Кафе ориентировано кроме перечисленных групп населения и на отдыхающих людей.

Пиццерия Перцы. Кафе «Пицца –Паста Перцы» открыто в 2006 году. Предприятие еще в возрасте младенца, но устойчиво и непрерывно набирает баллы популярности. Причем, популярность эта всеобъемлющая: сюда любят зайти и местные бизнесмены, и заезжие политики, и студенты, и свободные художники, которые в поисках отдохновения зашли по адресу. Рис. 4. Здесь одинаково комфортно себя чувствуют люди с самым разнообразным вкусом. «Перцы» осуществили то, что до сих пор не могут сделать политики. Это полноценная демократия в сфере питания.

Harat's pub. Концепция «HARAT'S PUB» представляет собой сеть пивных мини-ресторанов (пабов) ирландского стиля с минимальным сервисом и меню, но с обширным ассортиментом пива и крепких алкогольных напитков. Рис.5. Harat's pub – настоящий ирландский паб. Здесь все – от интерьера до общения за стойкой – напоминает самые оживленные и посещаемые места в Дублине. В непринужденной атмосфере можно повеселиться от души с друзьями или вволю поболеть за любимые команды – здесь ведутся спортивные трансляции, есть настольный футбол, карты, нарды.

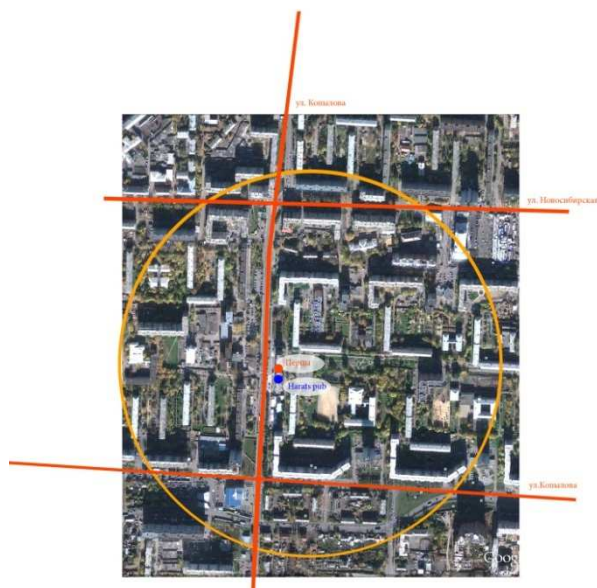


Рис.1. Фасады кафе Перцы и Harat's pub ориентированы на оживленную ул.Копылова. Оба бренда сосуществуют рядом на первом этаже жилого дома.

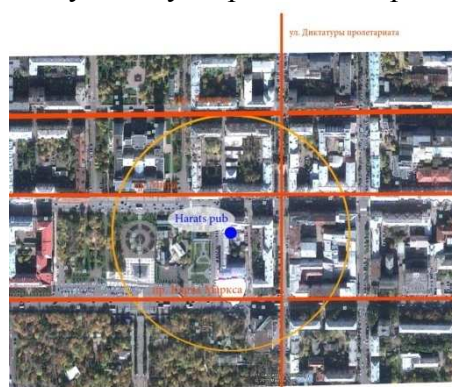


Рис. 2. Harat's pub располагается в культурном центре города вблизи Большого концертного зала и площади Мира.

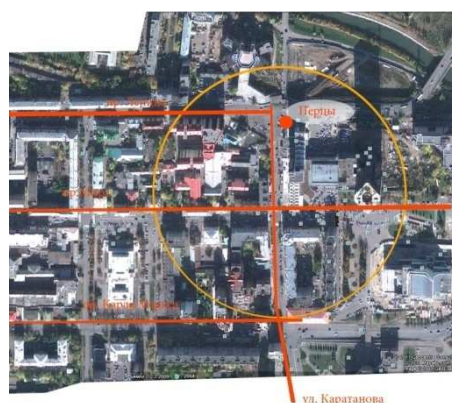


Рис.3. Кафе сети пиццерии Перцы располагаются в административном здании в центре города на пересечении пр.Мира и ул.Дзержинского, рядом с городскими местами отдыха.



Рис.4. Кафе Перцы осуществили то, что до сих пор не могут сделать политики. Здесь полноценная демократия в сфере питания – одинаково комфортно себя чувствуют люди с самым разнообразным вкусом.

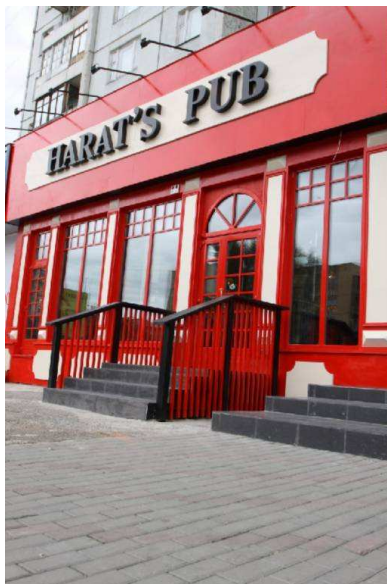


Рис.5. Концепция «HARAT'S PUB» представляет собой сеть пивных мини-ресторанов (пабов) ирландского либо английского стиля с минимальным сервисом и меню, но с обширным ассортиментом пива и крепких алкогольных напитков.

Самыми популярными местами для расположения кафе являются места с большими потоками людей, это, как правило, ключевые центральные проспекты, рядом с которыми находятся достопримечательности города. Часто кафе приспособляются к архитектурно-градостроительным условиям, открываются в зданиях исторического и культурного наследия. Их художественный образ только подчеркивает архитектуру таких зданий и придает особую атмосферу городской территории.