

УДК 784.91:338.488.2:640.433(477)

Анастасія Решетілостудентка I курсу магістратури
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»*Науковий керівник:***Олена Орленко**д. е. н., професор,
завідувач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,
Херсонський державний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КАРАОКЕ-ЗАКЛАДІВ В УКРАЇНІ

Караоке – розвага, що полягає в непрофесійному співі з використанням пристрою, що дає змогу співати під заздальгідь записану музику (фонограму). Караоке-бар – місце, де ми зустрічаємося з друзями, призначаємо корпоративи, зустрічі, відпочиваємо всією родиною. Відповідно до проведених досліджень, відвідувачами караоке-барів є люди у віковому інтервалі від 20 до 60 років. Цим і зумовлюється актуальність цього дослідження.

Караоке-бар орієнтований практично на будь-якого споживача залежно від часу доби і робочого дня, демократичність цін і широкий вибір безалкогольних та алкогольних напоїв не тільки елітних і дорогих марок, велику різноманітність програм, наявність танцполу, співпрацю (на регіональному рівні) з іншими караоке-барами, можливість переходу в режим «спорт-бар» на час олімпіад і фіналів за участю збірних України, постійну орієнтацію на споживача, розширення і зміну меню на прохання клієнтів.

Важливою умовою забезпечення діяльності сучасних караоке-барів має стати прийняття нормативно-правових актів, які регулювали б діяльність караоке як соціально-культурних центрів в Україні, визначили б основні напрями та принципи їх діяльності, особливості їх фінансування та управління. Розв'язання фінансових проблем потребує

оптимізації управління культурною сферою у двох напрямках: посилення консолідувальної ролі центральних органів управління та подальшого розвитку демократизації у сфері культури із відповідною зміною правових, економічних і організаційних умов для культурної діяльності населення.

Висока рентабельність закладів, в яких відвідувачам доступне караоке, зумовлена виграшною комбінацією кількох умов: невисокі стартові капіталовкладення, низька вартість експлуатації, можливість простого контролю (завдяки вбудованим інструментам ведення обліку, якими обладнані сучасні системи караоке для бізнесу).

Для того щоб залучити населення до караоке-барів, необхідно систематично здійснювати комплексні дослідження структури дозвілля та культурно-дозвільних практик; цілеспрямовано підтримувати культурні новації, виявляти, заохочувати й тиражувати кращі ідеї, технології з організації соціально-культурної діяльності; засвоювати та впроваджувати у практику діяльності караоке нові форми та види роботи; вивчати та випробувати на практиці кращі здобутки міжнародного досвіду з урахуванням українського.

Вирішальний вплив на рівень попиту має імідж караоке, тому робота з іміджем і піднесенням престижу має стати важливим напрямом діяльності будь-якого закладу. Піар-заходи повинні спрямовуватися на широку аудиторію потенційних відвідувачів, сприяти позитивному іміджеві та репутації закладу, рекламувати його.

Ключові слова: караоке-бар, нормативно-правова база, перспективи розвитку.

Список використаних джерел

1. Державний стандарт України «Заклади ресторанного господарства Класифікація». ДСТУ 4281:2004. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004.
2. Готельний та ресторанний бізнес України, новини, постачальники [Електронний ресурс]. URL: <http://horeca-consulting.biz/>
3. Культурна політика в Україні: аналіт. огляд / за ред. О. Гриценка. – Київ : УЦКД, 2007.
4. Цимбалюк Н. М. Модернізація закладів культури клубного типу / Н. М. Цимбалюк // Культурно-дозвільна сфера України: динаміка змін та перетворень : монографія; наук. ред. Цимбалюк Н. М. – Київ, 2003.