



KAPITEL 8 / CHAPTER 8⁸

CONCEPTUAL APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF HOTELS

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ОТЕЛЕЙ

DOI: 10.30890/2709-2313.2022-08-03-009

Введение

В настоящее время в числе одних из первоочередных задач социально-экономического развития страны стоит реализация стратегии развития туризма в Российской Федерации, ориентированной на внутренний и въездной туристский поток. Важно понимать, что для формирования конкурентоспособных туристских продуктов необходимо учитывать интересы потребителя, связанные в первую очередь с современными форматами отдыха. К таким направлениям относится отдых гостей в концептуальных отелях, спрос на которые сегодня на 30–40 % выше по сравнению с отелями, предлагающими стандартный набор услуг и сервисов [1].

Особую роль среди всего многообразия концептуальных гостиниц и других средств размещения играют исторические отели – объекты культурного наследия, которые на протяжении всей истории своего существования воплощали собой представления о наивысшем уровне комфорта своего времени, дизайна и сервиса. Решение вопросов, связанных с концептуальным подходом к развитию исторических отелей как одного из направлений сохранения культурного наследия, является важной проблемой для общества в целом, а также может быть полезным для экономики и социального развития региона. Варианты создания концептуального отеля сегодня интересны с позиции дальнейшего применения как средства сохранения объектов культурного наследия, которые стали основанием для изучения данной темы исследования.

8.1. Современное состояние сферы концептуальных отелей

Развитие внутреннего и въездного туризма в России [2], сегодня является важным направлением, отраженным в государственной программе Российской Федерации «Развитие туризма» [3] утверждённой правительством страны 24

⁸ Authors: Galenko E. V.



декабря 2021 г. № 2439, и политики страны, предусмотренной в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р [4]. Основными центрами генерирующими и принимающими туристские потоки должны стать социально-экономически развитые регионы с высокой долей современных объектов инфраструктуры, удовлетворяющих изменившиеся за последние годы спросы потребителей.

Несмотря на сложившуюся сегодня ситуацию в условиях распространения новой коронавирусной инфекцией COVID-19 количество объектов гостеприимства в России стабильно растет, что формирует ситуацию колоссальной конкуренции. В данной ситуации основное акцент каждое предприятие делает на гостя, которого сегодня невозможно удержать только за счет высококлассного сервиса. Требования потребителей в последние годы изменились, они направлены на персонализированный подход, услуги, ориентированные на bleisure-путешественников, услуги, ориентированные на холистический подход, формирование экономики впечатления и эссенциализм, уникальную атмосферу проживания, вызывающую яркими и запоминающимися эмоциями. Поэтому активно проходит реновации в отелях [5], трансформации в области технологического обновления, продолжают открываться новые гостиницы под управлением международных операторов [6], появляются креативные форматы небольших частных отелей: лофт-проекты, концептуальные модульные и капсульные гостиницы и другие уникальные отели в самых разных уголках нашей страны [7].

В основе создания концептуальных средств размещения лежит определенный концепт, идея, творчество и креативный подход, ориентированный на потребителя и предлагающий своим посетителям не только комфортную кровать и набор ограниченных услуг, а тематические обновленные гостиничные и туристские продукты и услуги [8]. Концептуальными отелями называются нестандартные средства размещения туристов, которые придерживаются определенной концепции [9]. Отечественный и мировой опыт развития концептуальных отелей показывает, что этот сегмент является весьма прибыльным, так как он формирует новую стратегию, которая предлагает миру новый гостиничный и туристский продукт. Экзотика не является единственным условием появления концептуального отеля, содержание данного подхода прежде всего связано с конкурентными преимуществами и новым взглядом на существующий международный опыт.

История развития концептуальных отелей во многих странах связана с



историей деятельности известных предпринимателей, креативных лидеров, которые на свой страх и риск создали новую концепцию в отеле. Например, Шрагер американский предприниматель, отельер и застройщик, в 1980-х годах, разработал концепцию бутик-отеля, нового поколения отелей с высоким дизайном с особым характером и акцентом на светлый, комфортные вестибюли, которые стали центрами общения как для местных жителей, так и для путешественников. По задумке Яна Шрагера и бывшего делового партнера Стива Рубелла, была проведена реконструкция многоквартирного дома под руководством французского дизайнера Андре Путман, в современный, необычный отель. где в каждом номере был продуман дизайн в виде контраста черно-белой цветовой гаммы [10]. Необходимо отметить, что главным отличием между понятиями «бутик-отель» и «дизайн-отель» является то, что в бутик-отеле на первое место ставится роскошь, а в дизайн-отеле главным является новшество и оригинальность дизайна [11].

Проведённый теоретический анализ научных статей, позволил выделить основные понятия в области концептуального отеля. Концептуальное предприятие индустрии гостеприимства в том числе гостиницы ориентированы в первую очередь на рынок индустрии гостеприимства, местоположение, конкурентную среду, целевую аудиторию, а потом создание тематического направления для открытия конкретного типа отеля где в содержание будет заложен дизайн и сервис услуг. В каждом отеле, формирующем свою концепцию, должно быть продумано всё, начиная с архитектурно-планировочного решения здания, дизайн холлов, коридоров, лифтов и каждого номера до цветовой гаммы, освещения, фактура отделочных материалов, предметы мебели, звукового оформления. Отельеры концептуальных отелей выбирая будущий образ предприятия и его содержание ориентируются на потребности гостей и удовлетворение их спроса. Наиболее распространенным считается тип «концептуальные отели повышенной комфортности» (табл.1).

Рассмотренные в таблице характеристики концептуальных отелей повышенной комфортности, подчеркивают высокую стоимость предоставляемых услуг, задействованные таланты лучших архитекторов, дизайнеров, для того чтобы удобство и комфорт смогли удовлетворить спрос и ожидания постоянных потребителей и привлекать новых гостей [12]. Концептуальные отели, также можно рассматривать как нестандартные и уникальные гостиницы, обладающие ярко выраженной идеей, лежащей в основе планировочных решений, интерьера, сервиса [13]. Арт-отели, как правило, разрабатываются людьми искусства: дизайнерами, художниками,



фотографами и другими творческими личностями. Более того, подобные отели привлекают особенных путешественников: деятелей культуры, творческую интеллигенцию, коллекционеров и ценителей искусства. Пребывание в таком отеле вызывает чувство приобщения к культурной жизни, принадлежности к особой касте ценителей искусства

Таблица 1 – Концептуальные отели повышенной комфортности

Признаки / Тип гостиницы	Концепция	Интерьер	Местонахождение	Сегмент потребителей
Клуб-отель	Элитный отель, построенный (или отреставрированный) по эксклюзивному проекту в престижном благоустроенном районе для узкого круга посетителей, относящихся к одному социальному классу	Современный стиль и удобства для удовлетворения самых разнообразных потребностей	Курортная зона, зона побережья размещение на большой территории	Бизнес-элита, посетители, отдающие предпочтение эксклюзивным товарам и услугам
Отель-резиденция	Олицетворяет уют и комфорт роскошного частного дома; философия отеля основана на сочетании домашнего уюта частной резиденции и удобств люксового отеля	Интерьер сочетает полное уединение и роскошь, наличие дополнительного пространства и всевозможных домашних удобств	Старая часть города, исторический центр, загородная территория	Деятели культуры, ценители искусства, государственные должностные лица
Дизайн-отель	Воплощение фантазии дизайнерской мысли	Стилистика интерьера в ключе смелого дизайнерского решения	Деловой центр города	Топ-менеджеры, деятели культуры, ценители искусства и коллекционеры
Арт-отель	Отель-театр или отель-музей, который несет развлекательную и обучающую функцию	Стилизация под открытым или театр разных жанров и эпох	Исторический центр	Деятели культуры, ценители искусства и коллекционеры
Бутик-отель	Сочетание роскоши и современных технологий в историческом интерьере	Современные стили и жанры в комплексе с классическими архитектурными традициями	Исторический, культурный и деловой центр города	Бизнес-элита

В зависимости от типа предприятия гостиниц и других средства размещения можно выделить следующие виды: арт-отели (century-отели, castle отели, лофт-отели, бутик-отели, fashion-отели, creative arts-отели), биографические отели [14], gadget-отели, литературно-биографические – отели, сюжетные отели [15], отели-музеи [16], конвентированные отели,



экстремальные отели, кино-отели, этно-отель [17], эко-отель, подводные отели, историческим эпохам и событиям, а также определенным литературным или музыкальным произведениям и т.п. [15].

Таким образом, концептуальный отель, можно рассматривать как средство размещения с небольшим номерным фондом, тематическим интерьером, выполненным по индивидуальному дизайну, часто номера и апартаменты таких отелей декорируют известнейшие мировые дизайнеры. Но не только роскошное убранство номеров является отличительной чертой концептуальных-отелей, их выделяет высочайший уровень сервиса и персонализированный подход к каждому гостю. Часто здание, в котором располагается концептуальный отель, является памятником культуры и располагается в деловой или исторической части города.

Большинство тематических гостиниц расположено на территории развлекательных парков. Такой подход предусматривает организацию отдыха в парке не только для местных жителей, но и для туристов приезжающих на выходные или праздничные дни. Для привлечения посетителей и более длительного их пребывания тематические парки стараются расширить и разнообразить предложение, в частности, наполнить его разного рода развлечениями. Часто концептуальные отели формируют на своей территории разные пакеты гостиничных продуктов и услуг для всей семьи. Размещение у границ парков новых рекреационных объектов, торговых центров, реализация совместных проектов с другими находящимися по близости учреждениями досуга. Поэтому в тематических парках стали появляться тематические отели, проживание в которых становится намного интереснее.

Одной из первопричин появления тематических концептуальных отелей стала усталость туристов от стандартности и однообразия. Современный человек, утомлённый от стрессов, склонен к частой перемене мест в погоне за новыми ощущениями. Путешествуя по миру в поисках ярких впечатлений, люди осознанно готовы платить больше за удовольствия и необычные впечатления от отпуска. Концептуальный отель стал не просто местом, где турист может остановиться для ночлега. Это место, где он может получить новый чувственный опыт через впечатление. Наряду с традиционно ценным качеством обслуживания и комфортом, привлекательным стало необыкновенное эстетическое оформление средств размещения, применение инновационных технологий. Отсюда и желание отельеров экспериментировать с гостиничным дизайном, стремление к созданию нестандартных вариантов размещения.



Появления концептуальных отелей и других средств размещения часто может быть связано с развитием специфических видов туризма, для которых невозможно использовать услуги современных крупных отелей, например, литературный туризм или это-туризм. Концептуальные отели сегодня очень популярны и являются новым направлением в развитии индустрии гостеприимства.

8.2. Реализация концептуального отеля на базе историко-культурного наследия отелей

Концептуальный подход к гостиничному бизнесу является эффективным инструментом сохранения культурно-исторического наследия и архитектурных памятников. Старинные здания не только несут в себе огромную информацию и представляют культурную ценность, также они прекрасно встроенные в ландшафт, имеют безупречные видеозэкологическим характеристики, тем самым отражая особый способ обустройства городского пространства. Концепция исторических гостиниц сегодня популярна во многих странах мира. Подобные заведения являются воплощением неповторимости и эксклюзивности, они имеют собственный стиль и всегда уникальны. Максимально точное определение потенциального потребителя продукта дает многие преимущества таким средствам размещения. Также плюсом является то, что в них могут проживать туристы, которые испытывают любовь к той или иной исторической эпохе или историческому событию, а значит, найти единомышленников по тому или иному вопросу, что может потенциально сделать отдых еще и более социально активным. Например, здание новгородской гостиницы «Сергиевская» было построено в 1837 году князьями Кугушевыми в стиле русского неоклассицизма. Искусная мозаика, паркет из редких пород дерева, фантазийная лепнина на потолках, красивая мебель ручной работы и тяжелые парчовые шторы – в атмосферу аристократического дома середины XIX века погружаешься мгновенно. А расположение в историческом центре купеческого города и всего в пяти минутах ходьбы от Нижегородского Кремля делают гостиницу еще более желанной для путешественников [18].

Владивостокская гостиница «Версаль» начала функционировать в мае 1909 г. Местная пресса высоко оценила новую постройку как лучшее архитектурное сооружение города с высоким уровнем комфорта, не уступающим



европейскому, с ванными, электричеством, телефоном. В отеле до 1917 года останавливались наиболее состоятельные гости, в основном иностранцы [19]. Легенда формирует особый концептуальный подход к привлечению туриста остановиться именно в этом отеле. В начале XX века Владивостокский купец 2-ой гильдии Радомышленский отправил свою дочь на учебу в Париж. Молодая девушка, пожив во Франции несколько лет, не захотела возвращаться в родной город. Уж очень ей понравилась эта страна и в особенности «Версаль» – дворцово-парковый комплекс, выполненный в стиле Французского классицизма XVII-XVIII веков. И чтобы вернуть любимую дочь в родной город, отец пообещал ей подарить маленький кусочек Парижа во Владивостоке. В 1909 году газеты сообщили об окончании строительства гостиницы, которая, как утверждают знатоки, по архитектуре напоминает французский Версаль.

В начале XX века это была благоустроенная гостиница «со всеми удобствами», магазинами на первом этаже, великолепным буфетом и рестораном. В разное время здесь останавливались адмирал Колчак, классики западной литературы Сомерсет Моэм и Бертольд Брехт, лидер Северного Вьетнама Хо Ши Мин. Литературный персонаж Юлиана Семенова разведчик Исаев (он же будущий Штирлиц), знакомится со своей будущей женой Александрой именно во Владивостокской гостинице «Версаль».

Главные особенности исторических отелей, отражаются в оформлении, дизайне и легендах. Именно поэтому одним из факторов привлекательности концептуальных гостиниц несомненно является именно их неповторимый интерьер, подчинённый какой-либо определённой исторической эпохи или событию. Эстетический комфорт предопределяет положительный эмоциональный настрой гостя отеля. Таким образом, исторические гостиницы стали еще и прекрасной возможностью психологической разрядки. По мнению психологов, олицетворение себя с любимыми персонажами или погружение в конкретную тему способствует более глубокому самопознанию, выявлению скрытых возможностей и отвлечению от текущих проблем [20].

Формирование не только уникального интерьера, но и оригинальной атмосферы, организация дополнительных услуг в рамках досуговой деятельности также является важнейшим фактором, привлекающим туристов, желающих получить неповторимые ощущения. Современный потребитель стремится получить максимум новых впечатлений от поездки и интеллектуального досуга. На первый план выходит поиск новых впечатлений не только от экскурсий, но и от условий проживания, погружения в среду. Один из вариантов создания впечатлений становятся развлечения, организованные



посредством превращения гостей из наблюдателей в полноправных участников театрализованного действия.

Создание гостиниц в исторических декорациях и театрализованная организация процессов гостеприимства преследуют цели повышения качества обслуживания, продвижения продукта гостеприимства и повышения его конкурентоспособности. Но для того, чтобы заинтересовать туриста приехать в ту или иную историческую гостиницу нужен какой-то особый сторителлинг или другими словами легенда, которая раскроет уникальность данного здания и местности или же какое-то событие или значимую историческую личность, с которой связан исторический отель как объект культурного наследия.

По словам Mattsson J. и Praesto A., описывая успешное формирование шведской культурной дестинации «По следам Арна» на основе вымышленного рыцаря Арна в романе Яна Гийу, авторы подчёркивают, что местные истории и самобытность являются значимым инструментом регионального развития, поскольку они могут способствовать формированию локальной вовлеченности и предпринимательского духа [21]. Аттрактивная (или аттрактивно-туристическая) функция выходит из того, что даже легенды и мифы сегодня являются туристическим ресурсом. Часто легендарные города и местности, мифические личности и события привлекают туристов больше, чем реальные памятники истории и культуры. Так, можно отметить Лукоморье в г. Самаре, гору Олимп в Греции, «Замок Дракулы» в Румынии и др. Так почему бы не применить данный метод привлечения туристов к гостиницам и отелям [22].

Концептуальные отели, занимая помещения исторических зданий, выполняют важную социальную функцию, а проведение реконструкции здания, в котором находится отель, а также дальнейшая поддержка его технического состояния позволяет сохранить культурное наследие, рационально использовать исторические памятники архитектуры. Кроме этого, концепция и направление отеля создает условия для диверсификации гостиничной услуги, создание и внедрение различных инноваций и эксклюзивных услуг. Таким образом, механизмом, и, одновременно, ресурсом для формирования концепции исторического отеля, являются исторические легенды. Исторические легенды уже прочно вошли в туристскую отрасль. Однако зачастую сфера их использования ограничивается экскурсионной деятельностью, реже – они приводятся в качестве этапа формирования исторической концепции гостиничного предприятия. В условиях активизации процессов брендинга гостиницы исторические легенды способны выступать фактором формирования имиджа и бренда гостиниц. Однако на этом



потенциал туристских легенд не заканчивается.

Выводы

В представленной работе использовался концептуальный подход к развитию отелей и сохранению культурно-исторического наследия. Предложено рассматривать концептуальные отели как необычные отели в особом тематическом стиле, современном дизайне и персонализированном обслуживании, такие как, отели повышенной комфортности, исторические гостиницы, отели с неповторимым архитектурным дизайном, то есть ценные предложения для туристов, которые способны их заинтересовать и впечатлить. Ресурсом для формирования концепции исторического отеля, являются исторические легенды. Информация в виде «легенд» очень уникальна и вызывает заинтересованность еще раз приехать и остановиться на некоторое время в данном гостиничном предприятии, тем самым по-другому посмотреть на исторический объект, узнать культуру и историю региона. Так историческая «легенда» становится не просто важным мотивом в осуществлении туристской поездки, но и базисом для развития концептуального гостиничного бизнеса.