

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ У СВІТІ ТА В
УКРАЇНІ**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

студентка IV курсу 412 групи
спеціальності 242 «Туризм»

ОП «Готельно-ресторанний сервіс та
туроперейтинг»

Манзюк Оксана Степанівна

Керівник:

кандидат географічних наук, доцент
кафедри географії та менеджменту
туризму

Круль Галина Ярославівна

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри № ____

від «__» _____ 2026 р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., проф. Король О. Д.

Чернівці – 2026

АНОТАЦІЯ

Манзюк О.С. *Сучасні тенденції розвитку барної справи у світі та в Україні*. Кваліфікаційна робота першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 242 «Туризм», ОПП «Готельно-ресторанний сервіс та туроперейтинг» кафедри географії та менеджменту туризму Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, 2026

В роботі розкрито сутність, функції та роль барної справи у сфері гостинності як важливої складової сучасної індустрії сервісу та дозвілля. Проаналізовано класифікацію барів та особливості організації їх діяльності залежно від формату, концепції та цільової аудиторії. З'ясовано теоретичні підходи та методи дослідження сучасних тенденцій розвитку барної справи.

Проаналізовано світовий досвід розвитку барної індустрії та сучасні тренди барного бізнесу, зокрема experience есопому, діджиталізацію, розвиток крафтових і безалкогольних сегментів. Досліджено сучасний стан і особливості розвитку барної справи в Україні з урахуванням впливу економічних, соціальних та воєнних чинників. Проведено порівняльний аналіз світових і вітчизняних тенденцій розвитку барної справи, що дозволило визначити ключові відмінності та спільні напрями розвитку.

Розроблено концепцію впровадження сучасних світових трендів у діяльність барних закладів України, сформовано практичні рекомендації щодо підвищення ефективності їх функціонування. Оцінено економічну та маркетингову ефективність запропонованих заходів, визначено їх потенційний вплив на розвиток конкурентоспроможності барних закладів.

Ключові слова: барна справа, індустрія гостинності, бари, коктейльна культура, NoReCa, сучасні тренди, маркетинг, діджиталізація.

ABSTRACT

Manzuk, O.S. *Current Trends in the Development of the Bar Industry Worldwide and in Ukraine*. Qualification work of the first (Bachelor's) level of higher education in specialty 242 "Tourism", EPP "Hotel and Restaurant Services and Tour Operating," of the Department of Geography and Tourism Management of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, 2026

The study reveals the essence, functions, and role of bartending within the hospitality industry as an important component of the modern service and leisure sector. The classification of bars and the specifics of organizing their operations depending on format, concept, and target audience are analyzed. Theoretical approaches and research methods for studying current trends in bartending development are defined.

The global experience of bar industry development and current trends in the bar business are examined, including the experience economy, digitalization, and the growth of craft and non-alcoholic segments. The current state and specific features of bartending development in Ukraine are studied, taking into account economic, social, and wartime factors. A comparative analysis of global and domestic trends in bartending development is conducted, identifying key differences and common directions of progress.

A concept for implementing modern global trends in the activity of Ukrainian bars is developed, along with practical recommendations for improving their efficiency. The economic and marketing effectiveness of the proposed measures is evaluated, and their potential impact on enhancing the competitiveness of bar establishments is determined.

Keywords: bartending, hospitality industry, bars, cocktail culture, HoReCa, modern trends, marketing, digitalization

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ O.C. Манзюк

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ В СИСТЕМІ ГОСТИННОСТІ	8
1.1. Сутність, функції та роль барної справи у сфері гостинності.....	8
1.2. Класифікація барів та особливості організації їх діяльності	16
1.3. Теоретичні підходи та методи дослідження сучасних тенденцій розвитку барної справи.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ	29
2.1. Світовий досвід розвитку барної індустрії та сучасні тренди барного бізнесу	29
2.2. Сучасний стан та особливості розвитку барної справи в Україні	34
2.3. Порівняльний аналіз світових і вітчизняних тенденцій розвитку барної справи	38
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ	42
3.1. Розробка концепції впровадження сучасних світових трендів у діяльність барних закладів України	42
3.2. Рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування барних закладів.....	45
3.3. Оцінка економічної та маркетингової ефективності запропонованих заходів	48
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДОДАТКИ.....	60
Додаток А. Фото барів The Connaught Bar, Bar Mauro (Mexico City), Mirror Bar (Bratislava), Bar Leone (Hong Kong).....	60

ВСТУП

Актуальність дослідження. Барна справа є важливою складовою індустрії гостинності, яка динамічно розвивається під впливом глобалізаційних процесів, зміни споживчих уподобань та впровадження інноваційних технологій. У сучасних умовах спостерігається зростання популярності авторських коктейлів, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, концептуальних барів, цифровізації обслуговування та впровадження принципів сталого розвитку. В Україні барна індустрія, попри складні соціально-економічні умови, демонструє тенденції до відновлення та адаптації до світових стандартів, що проявляється у появі нових форматів закладів, розширенні асортименту послуг та підвищенні професійного рівня персоналу. Тому дослідження сучасних тенденцій розвитку барної справи є актуальним як для науки, так і для практики ресторанного бізнесу.

Огляд літературних джерел. У сучасних дослідженнях барна справа розглядається як невід’ємна складова індустрії гостинності, що поєднує економічні, сервісні та соціокультурні функції, а також формує простір сучасного дозвілля та споживчого досвіду. Це питання висвітлюють О. О. Ахмедова, К. Л. Багрій, О. М. Базаров, О. Б. Звягінцева, М. Ю. Барна, Н. К. Гліненко, Ю. А. Дайновський, І. Р. Болбачан, І. О. Деак, Р. В. Дяченко, Д. О. Зеніна, О. А. Лихолат, Л. В. Кравченко, В. Мандрик, У. Новак, Г. Говда, Л. М. Нещадим, С. В. Тимчук, К. М. Таньков, Т. А. Бурлака, а також представники галузевих і нормативних джерел.

Узагальнення літератури та аналітичних матеріалів (Д. Петрунчак, С. Рибаківа, Н. Рогова, В. Ратинський, Р. Шерстюк, В. Паляниця, О. УкрСЕПРО, Міжнародні стандарти ISO, Euromonitor, Opendatabot та інші джерела) свідчить, що сучасна барна індустрія характеризується цифровізацією, розвитком крафтового сегменту, зростанням значення experience есопому та трансформацією споживчих уподобань у бік емоційності й персоналізації сервісу. У результаті барна справа формується

як динамічна система, що одночасно виконує економічну функцію та створює культурно-комунікаційний простір.

Мета дослідження – дослідити сучасні тенденції розвитку барної справи у світі та в Україні, визначити основні чинники їх формування, а також оцінити перспективи подальшого розвитку галузі в умовах сучасних викликів.

Завдання дослідження:

- дослідити сутність, функції та роль барної справи у сфері гостинності;
- розглянути класифікацію барів та особливості організації їх діяльності;
- визначити теоретичні підходи та методи дослідження сучасних тенденцій розвитку барної справи;
- проаналізувати світовий досвід розвитку барної індустрії та сучасні тренди барного бізнесу;
- оцінити сучасний стан та особливості розвитку барної справи в Україні;
- виконати порівняльний аналіз світових і вітчизняних тенденцій розвитку барної справи;
- розробити концепцію впровадження сучасних світових трендів у діяльність барних закладів України;
- запропонувати рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування барних закладів;
- оцінити економічну та маркетингову ефективність запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження – барна справа як складова індустрії гостинності та ресторанного господарства.

Предмет дослідження – сучасні тенденції, інновації та особливості розвитку барної справи у світовій практиці та в Україні.

У процесі дослідження доцільно використати такі **методи**:

- аналіз та синтез наукової літератури й галузевих джерел;
- порівняльний аналіз світового та українського досвіду розвитку барної справи;
- статистичний метод для оцінки сучасного стану ринку;
- метод узагальнення для формулювання висновків;
- системний підхід для вивчення взаємозв'язку тенденцій розвитку барної індустрії.

Наукова новизна полягає у комплексному аналізі сучасних тенденцій розвитку барної справи у світі та в Україні, виявленні особливостей адаптації світових трендів до українського ринку, а також узагальненні перспективних напрямів розвитку барної індустрії в умовах цифровізації, зміни споживчих уподобань та поширення концепції сталого розвитку.

Практична значущість роботи полягає в можливості використання її результатів керівниками закладів ресторанного господарства, бар-менеджерами та фахівцями сфери гостинності для вдосконалення діяльності барів, розробки нових форматів обслуговування, впровадження інноваційних технологій та підвищення конкурентоспроможності закладів. Отримані результати також можуть бути використані в освітньому процесі під час підготовки фахівців спеціальностей «Готельно-ресторанна справа» та «Туризм».

Структура роботи. Робота містить вступ, 3 розділи, висновки, список використаних джерел та додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ В СИСТЕМІ ГОСТИННОСТІ

1.1. Сутність, функції та роль барної справи у сфері гостинності

Барна справа є невід'ємною складовою сучасної індустрії гостинності, що поєднує економічні, соціальні та культурні аспекти обслуговування населення. Її розвиток тісно пов'язаний зі змінами споживчих потреб, урбанізаційними процесами та формуванням нових форматів дозвілля. У сучасних умовах бар розглядається не лише як місце реалізації напоїв, а як багатофункціональний простір, що створює емоційний досвід, забезпечує комунікацію та формує культуру споживання.

Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених організації барної діяльності, технічному оснащенню закладів та підвищенню якості обслуговування, комплексний аналіз сучасних тенденцій розвитку барної справи залишається недостатньо висвітленим. Більшість наукових праць зосереджені на окремих аспектах функціонування барів, тоді як взаємозв'язок між інноваційними технологіями, сервісною культурою та формуванням конкурентних переваг закладів потребує подальшого дослідження.

К. М. Таньков та Т. А. Бурлака у своїй роботі досліджували сутність і структуру ринку гостинності, а також особливості функціонування його основних складових. У контексті барної справи автори розглядають заклади харчування як важливий елемент індустрії гостинності, що забезпечує задоволення потреб споживачів у відпочинку, харчуванні та дозвіллі. Барна діяльність виконує не лише економічну функцію, пов'язану з реалізацією продукції та отриманням прибутку, а й соціальну, створюючи умови для комунікації, проведення вільного часу та формування позитивних вражень гостей [23, с. 27-32].

Сутність барної справи полягає у діяльності закладів, орієнтованих на приготування, реалізацію та подачу напоїв і супутніх продуктів у спеціально організованому середовищі. Вона охоплює комплекс організаційних, технологічних і сервісних процесів, спрямованих на задоволення потреб відвідувачів у відпочинку, харчуванні та соціальній взаємодії. Барна справа функціонує як частина ресторанного господарства, але водночас має власну специфіку, що проявляється у форматах обслуговування, асортименті продукції та акценті на атмосфері закладу.

Функції барної справи є багатогранними і виходять за межі суто гастрономічного обслуговування. Вона виконує економічну функцію через формування доходів закладів гостинності, соціальну – через створення простору для комунікації та взаємодії, а також рекреаційну – забезпечуючи відпочинок і дозвілля. Окремо можна виділити культурну функцію, що полягає у формуванні культури споживання напоїв, популяризації нових смакових практик і відтворенні певних соціальних традицій у межах барного середовища.

Однією з ключових тенденцій є цифровізація барної діяльності. Сучасні програмні комплекси дозволяють здійснювати контроль продажів, аналізувати споживчий попит, управляти складськими запасами та формувати індивідуальні пропозиції для гостей. Використання CRM-систем, мобільних додатків і хмарних технологій сприяє підвищенню ефективності управління та покращенню клієнтського досвіду [14, с. 1-8].

Важливим напрямом розвитку є автоматизація процесів приготування та подачі напоїв. Сучасне обладнання забезпечує високу точність рецептур, стабільність якості продукції та скорочення часу обслуговування. Водночас технології не замінюють людський фактор, а доповнюють його, створюючи умови для більш якісної та персоналізованої взаємодії з гостями.

Суттєвого значення набуває персоналізація сервісу. Завдяки використанню аналітики даних заклади мають можливість враховувати індивідуальні вподобання відвідувачів, пропонувати персоналізовані напої та

формувати унікальний досвід споживання. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності гостей і зміцненню їхньої лояльності.

Окремої уваги заслуговує розвиток технологічної культури персоналу. Сучасний бармен повинен володіти не лише професійними навичками приготування напоїв, а й компетентностями у сфері цифрових технологій, управління обладнанням та комунікації з клієнтами. Поєднання технічної грамотності, сервісної етики та творчого підходу стає важливою умовою успішної діяльності закладу [3, с. 162-164].

У сучасній барній індустрії обладнання виконує не лише виробничу, а й комунікативну та іміджеву функції. Дизайн барного простору, технологічні рішення та спосіб їх використання формують враження про заклад, підкреслюють його концепцію та сприяють створенню впізнаваного бренду.

Розвиток барної справи у світі та в Україні відбувається під впливом цифровізації, автоматизації, персоналізації сервісу та впровадження інноваційних технологій. Поєднання технологічної ефективності, високої культури обслуговування та орієнтації на потреби гостей виступає основою підвищення конкурентоспроможності сучасних закладів барного господарства.

Технічне та технологічне забезпечення сучасних барів є одним із ключових факторів, що впливають на якість обслуговування, ефективність діяльності закладу та його конкурентоспроможність. Сучасне обладнання виконує не лише виробничу функцію, забезпечуючи безперервність технологічних процесів, а й формує імідж закладу, підкреслює його концепцію, стиль та рівень сервісу. Раціонально організована матеріально-технічна база сприяє створенню комфортного середовища для гостей і підвищенню продуктивності роботи персоналу.

В останні роки розвиток барної справи характеризується активним впровадженням інноваційних технологій. У сучасних барах використовуються холодильні системи з індивідуальним температурним контролем, електронні дозатори, автоматизовані системи охолодження та

подачі напоїв, професійні кавові станції, льодогенератори, обладнання для приготування авторських коктейлів та інтегровані барні модулі. Такі технології забезпечують стабільну якість продукції, точність виконання операцій та високий рівень обслуговування.

Однією з провідних тенденцій є цифровізація барних процесів. Автоматизовані системи приймання замовлень, електронні меню, CRM-платформи та програмне забезпечення для управління запасами дозволяють оптимізувати роботу закладу, скоротити час обслуговування та покращити взаємодію з клієнтами. Використання цифрових технологій також створює умови для персоналізації сервісу через аналіз споживчих уподобань та формування індивідуальних пропозицій [13, с. 1-10].

Важливим напрямом розвитку є автоматизація процесів приготування та реалізації напоїв. Смарт-диспенсери, інтерактивні винні карти, системи контролю температури та цифрові платформи дозволяють підвищити точність роботи, зменшити втрати продукції та забезпечити стабільно високий рівень якості. Разом із тим технології не замінюють професійну майстерність бармена, а виступають інструментом підвищення ефективності його діяльності.

Суттєвого значення набуває персоналізація обслуговування. Використання сучасних інформаційних систем дає можливість враховувати індивідуальні вподобання гостей, пропонувати персоналізовані рекомендації щодо напоїв і створювати унікальний клієнтський досвід. Такий підхід сприяє зміцненню лояльності відвідувачів та підвищенню конкурентних переваг закладу.

Окремою тенденцією є впровадження принципів сталого розвитку. Заклади дедалі частіше використовують енергоощадне обладнання, екологічні матеріали, системи контролю споживання ресурсів та технології мінімізації відходів. Реалізація концепції «зеленої» гостинності дозволяє знизити експлуатаційні витрати, підвищити екологічну відповідальність бізнесу та покращити його репутацію серед споживачів.

Сучасне обладнання дедалі більше інтегрується в інтер'єрний простір і стає складовою брендингу закладу. Кліматичні винні шафи, інтерактивні барні стійки, дизайнерські кавові станції та інші елементи технологічного оснащення виконують не лише практичну, а й естетичну функцію, формуючи унікальну атмосферу та впізнаваний стиль підприємства.

Не менш важливим є вдосконалення професійних компетентностей персоналу. Сучасні цифрові платформи, онлайн-курси та інтерактивні тренажери дозволяють барменам постійно підвищувати кваліфікацію, опановувати нові технології та вдосконалювати навички комунікації з гостями. У результаті формується новий підхід до організації барного сервісу, в основі якого лежить поєднання технологічних інновацій, високої культури обслуговування та орієнтації на потреби споживачів.

Сучасні тенденції розвитку барної справи пов'язані з цифровізацією, автоматизацією, персоналізацією послуг, екологізацією діяльності та підвищенням ролі технологій у формуванні бренду закладу. Поєднання інноваційних рішень із професійною майстерністю персоналу забезпечує підвищення якості сервісу, створення позитивного гостьового досвіду та зміцнення конкурентних позицій закладів індустрії гостинності.

Цифрова трансформація є одним із ключових чинників розвитку сучасної барної справи, оскільки забезпечує комплексне вдосконалення операційної діяльності та підвищення якості обслуговування. Вона передбачає інтеграцію цифрових технологій у всі бізнес-процеси закладу, що дає змогу автоматизувати рутинні операції, ефективно управляти ресурсами та формувати персоналізований клієнтський досвід. Завдяки використанню CRM-систем, POS-терміналів, аналітичних платформ і технологій Інтернету речей (IoT) бари можуть відстежувати робочі процеси в режимі реального часу, аналізувати споживчі вподобання та швидко реагувати на зміни попиту [19, с. 1297-1305].

Особливу роль у цифровізації відіграють CRM-системи, які забезпечують централізоване управління взаємовідносинами з клієнтами.

Вони дозволяють накопичувати інформацію про історію замовлень, вподобання та поведінку гостей, що створює основу для сегментації аудиторії та розроблення персоналізованих пропозицій. Автоматизація маркетингових кампаній і комунікацій підвищує лояльність клієнтів, а інтеграція CRM з інструментами аналітики сприяє більш оперативному прийняттю управлінських рішень.

Важливим елементом цифрової трансформації є впровадження інноваційного обладнання. Автоматизовані системи приготування напоїв, інтелектуальні POS-рішення та засоби моніторингу технічного стану обладнання дозволяють скоротити час обслуговування, підтримувати стабільну якість продукції та зменшувати експлуатаційні витрати. Додаткові переваги забезпечують енергоефективні технології, які сприяють раціональному використанню ресурсів і підвищенню економічної ефективності закладу.

Найбільшого ефекту вдається досягти завдяки інтеграції CRM-систем із сучасним обладнанням в єдину цифрову екосистему. Така взаємодія забезпечує безперервний обмін даними між усіма елементами інфраструктури, що дозволяє автоматизувати обробку замовлень, оптимізувати роботу персоналу та створювати індивідуалізовані пропозиції для гостей. Крім того, використання аналітичних інструментів і алгоритмів прогнозування допомагає оцінювати ефективність діяльності, виявляти тенденції споживчої поведінки та завчасно планувати потреби в ресурсах.

Разом із перевагами цифровізація супроводжується низкою викликів, серед яких значні початкові інвестиції, складність інтеграції технологій, необхідність забезпечення кібербезпеки та адаптації персоналу до нових умов роботи. Подолання цих труднощів потребує поетапного впровадження інновацій, професійного навчання працівників, співпраці з технологічними партнерами та постійного моніторингу результатів.

Подальший розвиток барної справи пов'язаний із ширшим використанням штучного інтелекту, мобільних сервісів, технологій

віртуальної та доповненої реальності, а також глибшою інтеграцією цифрових платформ із соціальними мережами. Такі рішення сприятимуть підвищенню рівня персоналізації, удосконаленню сервісу та зміцненню конкурентних позицій закладів на ринку гостинності.

Попри кризові явища в ресторанному господарстві України, ринок продовжує розвиватися завдяки появі нових форматів закладів, зокрема сучасних барів, які активно впроваджують інноваційні технології та нові підходи до обслуговування. Ефективність діяльності таких закладів значною мірою залежить від дотримання вимог стандартизації та сертифікації, які забезпечують належний рівень якості й безпечності продукції та послуг. Саме тому важливим завданням є формування дієвої системи оцінювання відповідності, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємств барної справи.

Державне регулювання у сфері ресторанного господарства ґрунтується на поєднанні інтересів держави та суб'єктів господарювання. З одного боку, держава зацікавлена у забезпеченні якості послуг, захисті прав споживачів та розвитку економіки, а з іншого – власники закладів прагнуть підвищити прибутковість і зміцнити свої позиції на ринку. Одним із механізмів досягнення цих цілей є застосування процедур сертифікації продукції та послуг.

Сертифікація являє собою комплекс заходів, спрямованих на підтвердження відповідності продукції, процесів або послуг встановленим вимогам нормативних документів і стандартів. Залежно від суб'єкта проведення розрізняють самосертифікацію, сертифікацію споживачем та сертифікацію незалежною третьою стороною. Найбільш об'єктивною та авторитетною вважається саме незалежна сертифікація, оскільки вона здійснюється акредитованими органами, не пов'язаними ні з виробником, ні зі споживачем [15, с. 176-177].

В Україні сертифікація може бути обов'язковою або добровільною. Обов'язкова сертифікація передбачає перевірку продукції чи послуг

уповноваженими органами та контроль їх відповідності встановленим вимогам. Добровільна сертифікація здійснюється за ініціативою підприємства для підтвердження додаткових характеристик якості, підвищення довіри споживачів і зміцнення ділової репутації.

Нормативно-правову основу регулювання становлять Закон України «Про туризм» [8], а також міжнародні стандарти серії ISO 9000 [22], які визначають вимоги до систем управління якістю. Впровадження стандартів ISO 9001 [21] дозволяє закладам ресторанного та барного господарства систематизувати бізнес-процеси, підвищити якість обслуговування, оптимізувати витрати та зміцнити партнерські відносини. Наявність сертифікованої системи управління якістю також підвищує довіру клієнтів і спрощує співпрацю з контрагентами.

Важливим етапом розвитку системи оцінювання відповідності стало затвердження вимог до сертифікації послуг харчування наказом Держкомстандарту України від 27.01.1999 № 37 [17], а також функціонування державної системи сертифікації УкрСЕПРО [9], у межах якої здійснювалася акредитація органів сертифікації. Термін дії сертифікатів залежав від обраної схеми оцінювання та міг становити від одного до п'яти років.

Сертифікація продукції та послуг є важливим інструментом державного регулювання і розвитку закладів барної справи. Вона сприяє підвищенню якості обслуговування, зміцненню довіри споживачів, інтеграції підприємств у міжнародний ринок та створює умови для стабільного розвитку ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

Узагальнюючи, роль барної справи у сфері гостинності визначається її здатністю інтегрувати економічні та соціокультурні процеси в єдиний сервісний продукт. Вона виступає важливим елементом інфраструктури дозвілля, впливає на рівень якості обслуговування та формує конкурентні переваги закладів. Барна справа не лише задовольняє базові потреби споживачів, а й створює додану цінність через емоційний досвід, атмосферу

та комунікативну взаємодію, що робить її ключовим компонентом сучасної індустрії гостинності.

1.2. Класифікація барів та особливості організації їх діяльності

Незважаючи на складні умови розвитку ресторанного бізнесу в Україні, інноваційні формати закладів барної справи поступово набувають все більшого поширення. Їх ефективне функціонування безпосередньо пов'язане з використанням систем стандартизації та оцінювання відповідності, які забезпечують контроль якості продукції та послуг, а також підвищують довіру споживачів. У цьому контексті сертифікація виступає ключовим інструментом регулювання та розвитку галузі.

Р. В. Дяченко у своєму дослідженні розглядає сучасні ресторани заклади України як багатофункціональні простори дозвілля, у межах яких барна складова виступає важливим елементом організації відпочинку та соціальної взаємодії. Класифікаційно вони варіюються від класичних коктейльних і лобі-барів до тематичних і розважальних просторів, що інтегрують елементи шоу-програм і подієвого сервісу [10, с. 9-14].

М. Ю. Барна, Н. К. Гліненко та Ю. А. Дайновський у своїй праці аналізують фактори конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства, розглядаючи бари як специфічний сегмент цієї сфери з власними підходами до організації діяльності. Виділяються різні типи барів, які відрізняються за асортиментом напоїв, рівнем сервісу, концептуальним оформленням та цільовою аудиторією [4, с. 415-421].

Сертифікація розглядається як процедура підтвердження відповідності продукції або послуг встановленим нормативним вимогам. Залежно від суб'єкта проведення вона може бути внутрішньою (самосертифікація), здійснюватися споживачем або незалежною третьою стороною. Найбільш об'єктивною вважається саме незалежна сертифікація, оскільки вона забезпечує неупереджену оцінку якості.

У практиці застосовуються два основні підходи – обов’язкова та добровільна сертифікація. Обов’язкова передбачає державний контроль і перевірку відповідності встановленим стандартам, тоді як добровільна здійснюється за ініціативою підприємства для підтвердження додаткових конкурентних переваг, підвищення іміджу та зміцнення ринкових позицій [5, с. 1-23].

Окрему увагу приділено кількісній оцінці ефективності спеціалізованих барів, яка базується на системі економічних та операційних показників. Для визначення рівня спеціалізації використовується коефіцієнт унікальності асортименту, що показує ступінь відмінності бару від загального меню готелю. Чим вищий цей показник, тим більш вузько спеціалізованим і конкурентно вираженим є заклад, що, однак, потребує більш кваліфікованого персоналу та складніших управлінських рішень.

Ефективність роботи бару не є лінійною функцією лише від меню чи відвідуваності, а залежить від масштабу готелю, його типу, розташування та взаємодії з іншими сервісами. У великих готелях бар виконує допоміжну функцію перерозподілу потоків гостей, тоді як у малих – має працювати як самостійний прибутковий підрозділ. Найвищі результати досягаються через інтеграцію бару з основними послугами, наприклад wellness- або конференц-сервісами, що формує додану цінність і підвищує лояльність клієнтів [2, с. 177-180].

Оцінювання діяльності бару здійснюється через систему фінансових і операційних індикаторів. До ключових належать дохідність на доступне місце та година роботи, загальний операційний прибуток у розрахунку на номерний фонд, а також частка собівартості у виручці. Важливим є контроль маржинальності, оскільки саме вона визначає фінансову стійкість закладу та терміни окупності інвестицій. Додатково аналізується ефективність використання робочого часу персоналу, що дозволяє оптимізувати витрати на оплату праці.

Окремий блок становить аналіз внутрішніх процесів, зокрема відхилення фактичної собівартості від планової, що дає змогу виявляти втрати, пов'язані з нераціональним використанням ресурсів або порушенням технологій. Також оцінюється продуктивність персоналу через співвідношення доходу до відпрацьованих годин, що дозволяє оптимізувати графіки роботи.

Якісна складова ефективності включає аналіз структури відвідувачів, рівня залучення зовнішніх гостей, показників повторних візитів та індексу лояльності клієнтів. Важливе значення має також система оцінювання персоналу, оскільки якість сервісу безпосередньо впливає на частоту повернення гостей і загальну репутацію закладу [8, с. 189-191].

Узагальнююча модель оцінки базується на інтегральному показнику ефективності, який поєднує фінансові, маркетингові та якісні характеристики. Такий підхід дозволяє перейти від фрагментарного аналізу до комплексної діагностики стану бару як елемента готельного бізнесу. Якщо значення показника перевищує одиницю, це свідчить про ефективність і доцільність обраної концепції; якщо нижче – про наявність системних проблем, що потребують корекції.

Сучасна оцінка діяльності спеціалізованих барів ґрунтується на поєднанні фінансових, операційних і клієнтоорієнтованих показників, що дозволяє не лише контролювати поточні результати, а й стратегічно планувати розвиток закладу як повноцінного джерела доходу в структурі готельного господарства.

Ефективність сучасного бару формується під впливом комплексу чинників: організаційної концепції, рівня орендної плати, локації, цінової політики, унікальності меню, якості напоїв і страв, а також рівня сервісу. Водночас оцінити реальну прибутковість цього бізнесу складно через високу конкуренцію та постійну необхідність адаптації до ринку.

Сучасні бари можна оцінювати за низкою критеріїв, зокрема за дизайном, технічним оснащенням, популярністю та форматами роботи.

Нижче на рис. 1.1. подана класифікація найпоширеніших типів барних закладів.



Рис. 1.1. Класифікація найпоширеніших типів барних закладів

Джерело: сформовано автором на основі [12, с. 1-5].

Окремо виділяється тенденція зростання популярності *speakeasy*-формату – закритих або напівзакритих барів із концептуальною атмосферою та обмеженим доступом, що поступово набирає популярності й на вітчизняному ринку. Типологічно барний бізнес також поділяється за функціональним призначенням [12, с. 1-5]:

- бари престиж-класу (орієнтовані на статусність відвідувачів);
- утилітарні бари (задоволення базових смакових потреб);
- бари-шоу (розважальна функція як основна);
- бари-клуби (поєднання харчування та соціальної комунікації).

Сучасні тенденції розвитку барної культури включають повернення до класичних коктейльних рецептур із їх авторськими інтерпретаціями, використання домашніх інгредієнтів (сиропів, настоянок власного виробництва), а також поєднання їх із міцним алкоголем. У дизайні та

оснащенні простежується акцент на постійне вдосконалення внутрішнього простору, тоді як у візуальному оформленні домінує ретростиль.

Важливу роль відіграє технічне оснащення бару, яке безпосередньо впливає на ефективність роботи. Водночас стандартні рішення не завжди відповідають індивідуальним потребам закладу, оскільки кожен бар має власну концепцію, планування та операційні вимоги. Оптимальний результат досягається лише за умови узгодженої роботи дизайнерів, інженерів і барменів, які враховують як естетику, так і технологію приготування напоїв.

Проектування барної стійки передбачає врахування низки параметрів: кількості посадкових місць, активності бару, наявності додаткових зон (танцпол, сервісні зони), а також структури персоналу. Особлива увага приділяється інженерній частині: правильному розміщенню комунікацій, доступності обладнання для обслуговування та ергономіці робочого простору.

Сучасна барна станція включає широкий перелік обладнання: холодильні модулі, краплезбірники, смітєві системи, кавове обладнання, системи газованої води та інші технічні елементи. Це дозволяє значно підвищити швидкість обслуговування – за оптимальної організації бармен може готувати десятки коктейлів за короткий час. Барна зона функціонально поділяється на робочу (технологічну) та гостьову, що визначає специфіку взаємодії з клієнтами.

Виділяють також активні бари, де ключовим є прямий контакт із гостем, і неактивні, де основна функція стійки – розрахунок і видача замовлень.

Сучасний бар в Україні часто поєднує розважальну та гастрономічну функції, пропонуючи не лише коктейлі, а й різноманітні страви світової кухні та винну карту. Це розширює цільову аудиторію та підвищує комерційну привабливість закладу.

Типологія барів включає велику кількість форматів: молочні, пивні, винні, кавові, коктейль-бари, лобі-бари, готельні бари, снєк-бари, гриль-бари,

паб-бари, мобільні бари тощо. Вони також можуть відрізнятися форматом обслуговування (відео-бар, вар'єте-бар та ін.).

Аудиторія барів є максимально широкою та охоплює різні соціальні групи повнолітніх відвідувачів, які відповідно до законодавства мають право відвідувати подібні заклади.

Загалом ефективність бару напряду пов'язана з якістю управління витратами, оптимізацією асортименту, рівнем сервісу та стратегічним плануванням діяльності, що забезпечує його стійкість і прибутковість у конкурентному середовищі.

1.3. Теоретичні підходи та методи дослідження сучасних тенденцій розвитку барної справи

Сфера громадського харчування постійно розвивається, реагуючи на зміни у вподобаннях і поведінці споживачів. У сучасних умовах відвідування ресторанів, кафе чи барів дедалі рідше обмежується лише задоволенням базової потреби в їжі. Відвідувачі прагнуть отримати нові враження, емоції та унікальний досвід, тому успішними стають заклади, які поєднують якісний продукт із продуманою концепцією, атмосферою та оригінальною подачею. Важливу роль відіграють інтер'єр, авторські страви й напої, тематичні заходи та загальна ідея закладу, що дозволяє створити для гостей особливий простір для відпочинку та спілкування.

І. Болбачан у своїй роботі досліджує теоретичні засади розвитку сучасної барної справи у вітчизняному ресторанному бізнесі, акцентуючи увагу на концептуальних підходах до аналізу галузевих тенденцій. Автор розглядає барну справу як динамічну систему, що формується під впливом соціально-економічних змін, споживчих уподобань та глобалізаційних процесів у сфері гостинності. У межах методологічного підходу використовується аналіз структурних змін ринку, порівняльне узагальнення

практик функціонування барів та вивчення адаптаційних моделей розвитку закладів [6, с. 428-432].

Барна індустрія останніми роками переживає складний період трансформації. Спочатку на її розвиток суттєво вплинули наслідки пандемії COVID-19, які призвели до скорочення відвідуваності та зміни споживчих звичок. Згодом додатковим викликом стала повномасштабна війна, яка спричинила економічну нестабільність, зміну умов ведення бізнесу та необхідність швидкої адаптації до нових реалій. Багато закладів були змушені змінювати формати роботи, скорочувати витрати, релокувати бізнес або повністю припиняти діяльність.

Особливо відчутними для барної сфери стали наслідки комендантської години, перебоїв з електропостачанням, труднощів із логістикою та постачанням продукції, зростання вартості імпортного алкоголю й дефіциту персоналу. Значна частина працівників галузі долучилася до захисту країни, що також позначилося на роботі закладів. Крім того, скорочення платоспроможного попиту та загальна невизначеність призвели до зменшення кількості відвідувачів.

Сучасна коктейльна культура формується під впливом змін у споживчих цінностях, розвитку барної індустрії та зростання ролі візуальної комунікації. Сьогодні коктейль розглядається не лише як напій, а як комплексний продукт, що поєднує гастрономічну, естетичну, емоційну та соціальну складові. Відвідувачі все частіше звертають увагу не тільки на смак напою, але й на його зовнішній вигляд, оригінальність подачі, концепцію та загальні враження від споживання.

У формуванні сучасної коктейльної карти особливе значення мають смакові профілі. Найбільш популярними вважаються фруктові-кислі поєднання, трав'яно-цитрусові композиції, коктейлі зі спеціями [7, с. 54-61].

При цьому простежується тенденція до використання легких, свіжих та збалансованих смаків, які поєднують натуральні інгредієнти та складні ароматичні композиції. Зростає також популярність напоїв зі зниженим

вмістом алкоголю або повністю безалкогольних коктейлів, що пов'язано з поширенням принципів здорового способу життя та відповідального споживання.

Важливою особливістю сучасного барного ринку є використання різних підходів до формування коктейльного меню. Серед найбільш поширених концепцій можна виділити [20, с. 83-88]:

- ingredient-driven menu – створення коктейлів навколо одного ключового інгредієнта;
- farm-to-glass – використання локальної та сезонної сировини;
- zero-waste концепцію – мінімізація відходів і повторне використання продуктів;
- безменю формат – індивідуальний підбір напоїв відповідно до побажань гостя;
- кулінарну міксологію – поєднання технологій барної та ресторанної справи.

Окремої уваги заслуговує концепція сталого розвитку в барній індустрії. Сучасні заклади активно впроваджують екологічно орієнтовані підходи, серед яких використання локальних продуктів, сезонне оновлення асортименту, скорочення харчових відходів, повторне використання окремих компонентів та застосування екологічної упаковки та ресурсозберігаючих технологій [20, с. 83-88].

Візуальна складова стає одним із ключових чинників успішності бару. Значна увага приділяється оформленню коктейлів, дизайну келихів, декору та подачі напоїв. Естетична привабливість продукції сприяє популяризації закладу через соціальні мережі та формує позитивний імідж бренду. Тому сучасні бари активно використовують [11, с. 140-142]:

- сторітелінг;
- професійний фото- та відеоконтент;
- інтерактивні формати комунікації;
- цифрові технології та мобільні застосунки;

- доповнену реальність (AR) у меню.

У світовій практиці можна виділити кілька основних моделей розвитку барної культури. Лондонський підхід характеризується орієнтацією на інноваційність, естетику та цифровізацію. Для нього характерні художня подача коктейлів, персоналізація сервісу та активне використання сучасних технологій.

Берлінська модель базується на принципах локальності, екологічної відповідальності та автентичності. Основними її рисами є використання сезонних продуктів, мінімалізм у дизайні та впровадження концепції zero-waste.

Нью-Йоркська барна культура орієнтована на креативність, індивідуалізацію та створення унікального досвіду для гостей. Для неї характерні безменю формати, кулінарна міксологія, інтерактивна взаємодія зі споживачами та активне використання цифрових комунікацій.

Асортимент страв у середньовічних тавернах був досить простим і складався переважно з хліба, м'ясних та зернових страв. Найпоширенішими напоями були пиво та ель. Однак значення таверн виходило далеко за межі харчування. Спільне споживання їжі та напоїв сприяло формуванню атмосфери єдності, довіри та громадської взаємодії, що певною мірою нагадує роль сучасних пабів і барів.

На українських землях аналогічні функції виконували корчми та шинки. Вони були не лише закладами громадського харчування, а й важливими соціокультурними осередками. Такі заклади зазвичай розташовувалися поблизу торговельних шляхів, ярмарків або центральних частин поселень і поєднували кілька функцій: харчування, гостинність, відпочинок та спілкування. Корчми ставали місцем зміцнення суспільних зв'язків, проведення зустрічей та обговорення важливих подій громади.

Особливу роль відігравало архітектурне оформлення корчм. У їхньому будівництві використовувалися традиційні матеріали та елементи народної архітектури, а декоративне оздоблення відображало місцеві культурні

традиції. Завдяки цьому корчми не лише забезпечували побутові потреби відвідувачів, а й підтримували відчуття належності до певної громади та культурної спадщини.

Таверни, корчми та шинки заклали основу сучасної барної культури. Саме в цих закладах сформувалися принципи відкритого громадського простору, спільного проведення дозвілля, гостинності та невимушеного спілкування. Ці характеристики залишаються актуальними й сьогодні, визначаючи концепцію багатьох сучасних барів і пабів.

Важливим елементом середньовічних закладів була атмосфера. Архітектура, планування приміщень, використання локальних матеріалів, етнічні мотиви в інтер'єрі та декоративному оформленні створювали особливий зв'язок із місцевою культурою. У сучасному барному бізнесі ці підходи активно використовуються через стилізовані інтер'єри, ретроелементи, тематичний дизайн, відновлення історичних рецептів і проведення тематичних заходів. Таким чином заклади апелюють до культурної пам'яті та створюють для гостей унікальний досвід.

З розвитком торгівлі, міжнародних контактів і транспортної інфраструктури традиційні таверни поступово еволюціонували. Збільшувався асортимент напоїв і страв, удосконалювався сервіс, розширювалися приміщення для відпочинку та спілкування. Сучасні бари не просто відтворюють історичний стиль, а поєднують елементи автентичності з сучасними вимогами до якості обслуговування, комфорту та конкурентоспроможності.

Сьогодні в багатьох країнах Європи історична спадщина активно використовується у ресторанно-барній сфері. Особливо популярними є заклади, що відтворюють атмосферу середньовічних таверн і пабів. Для них характерні [1, с. 27-36]:

- використання історичного або стилізованого інтер'єру;
- подача традиційних страв і напоїв;
- відтворення старовинних рецептів;

- проведення тематичних шоу та культурних заходів;
- використання автентичних локацій (історичних будівель, підвалів, пивоварень).

Паралельно активно розвивається культура крафтового пивоваріння та виробництва локальних напоїв. Поєднання традиційних технологій із сучасними стандартами якості дозволяє створювати унікальні продукти, що підвищують туристичну привабливість закладів і сприяють популяризації місцевої культурної спадщини.

Сучасний барний бізнес дедалі більше орієнтується на створення комплексного споживчого досвіду. Відвідувачів приваблюють не лише якісні напої, а й атмосфера, історія закладу, культурний контекст та можливість соціальної взаємодії. Тому перспективними напрямками розвитку барної індустрії є:

- використання історичного та етнічного антуражу;
- включення до меню локальних і крафтових напоїв;
- відтворення традиційних рецептів;
- організація тематичних фестивалів, вечорів та історичних реконструкцій;
- розвиток концептуальних закладів із вираженою культурною ідентичністю;
- підготовка персоналу, який володіє знаннями про історію напоїв і традиції їх споживання.

Історичні форми закладів гостинності стали важливим підґрунтям для розвитку сучасної барної культури. Їхня спадщина сьогодні знаходить відображення в концепціях багатьох барів, які поєднують автентичність, культурну самобутність і сучасний рівень сервісу, формуючи конкурентні переваги на ринку гостинності.

Попри складні умови, барний бізнес продовжує функціонувати, забезпечуючи робочі місця, сплачуючи податки та підтримуючи волонтерські ініціативи. Для збереження конкурентоспроможності заклади активно

адаптуються до нових обставин: змінюють графіки роботи, розширюють асортимент безалкогольних напоїв, оптимізують меню та шукають нові формати взаємодії з гостями.

Сучасні споживачі все частіше шукають нові смаки та незвичні враження, тому зростає інтерес до нішевого алкоголю, рідкісних дистилатів і авторських продуктів. Відвідувачі прагнуть відкривати для себе нові поєднання та експериментальні напої, що стимулює розвиток малих виробників і незалежних дистилерій.

Паралельно змінюється ставлення до самого процесу споживання алкоголю. Зростає увага до соціальної відповідальності, екологічності та сталого розвитку. Для багатьох гостей важливим стає не лише смак напою, а й принципи діяльності закладу: використання локальних продуктів, мінімізація відходів, підтримка благодійних проєктів та екологічно відповідальне виробництво.

Окремим напрямом розвитку є популяризація української барної культури та локальних продуктів. Сучасні заклади все частіше використовують національні інгредієнти, локальні напої та авторські інтерпретації традиційних рецептів. Це сприяє формуванню унікального стилю української міксології та підвищує її впізнаваність як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках [16, с. 167-172].

Важливим фактором розвитку галузі стала діджиталізація. Соціальні мережі, відеоплатформи та цифрові інструменти дедалі більше впливають на формування популярності закладів і коктейлів. Візуально привабливі напої, авторський контент, співпраця з блогерами та активна комунікація в цифровому середовищі стають невід'ємними елементами маркетингових стратегій сучасних барів.

Помітною тенденцією також є зростання популярності невеликих атмосферних барів, орієнтованих на комфортне спілкування та створення відчуття спільноти. Такі заклади поєднують якісні напої з культурними та розважальними подіями, серед яких музичні виступи, творчі зустрічі,

дегустації, дискусійні клуби та інші формати дозволя. В умовах постійного інформаційного навантаження вони стають місцем психологічного відпочинку та соціальної взаємодії.

Водночас зберігається стійкий інтерес до здорового способу життя, що впливає і на барну культуру. Зростає попит на низькоалкогольні та безалкогольні коктейлі, напої зі зменшеним вмістом цукру та калорій, а також альтернативні формати споживання алкоголю. Це спонукає заклади розширювати асортимент і створювати нові пропозиції для різних категорій гостей.

Ще однією характерною рисою сучасного ринку є популярність крафтових продуктів і персоналізованих напоїв. Відвідувачі дедалі більше цінують унікальність, ексклюзивність та можливість скуштувати продукт, створений безпосередньо в закладі. Саме тому поширюється практика виробництва власних настоянок, лікерів, кордіалів та авторських коктейлів, що дозволяє барам формувати індивідуальний стиль і водночас зменшувати залежність від дорогих імпортованих брендів.

Загалом сучасна барна індустрія перебуває в процесі активних змін. Заклади, які успішно поєднують якісний продукт, емоційний досвід, інновації, локальну ідентичність та гнучкість у реагуванні на виклики зовнішнього середовища, мають найбільші шанси не лише зберегти свою позицію на ринку, а й забезпечити подальший розвиток навіть в умовах економічної та соціальної нестабільності.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

2.1. Світовий досвід розвитку барної індустрії та сучасні тренди барного бізнесу

Сучасна світова барна індустрія є однією з найбільш динамічних складових індустрії гостинності, яка поєднує економічні, соціокультурні та креативні функції. Її розвиток відображає загальні трансформації споживчої поведінки у глобальному масштабі: перехід від задоволення базової потреби у напоях до формування комплексного емоційного та соціального досвіду. У провідних країнах світу бари давно перестали бути лише місцем споживання алкоголю – вони виконують роль культурних платформ, соціальних хабів і навіть елементів міського брендингу. У цьому контексті барна індустрія стає частиною так званої «економіки вражень», де ключовим продуктом є не товар, а досвід його споживання.

Світовий досвід розвитку барної індустрії демонструє її масштабну економічну вагу та стабільне зростання. За оцінками міжнародних аналітичних оглядів, глобальний ринок барів і пабів у найближчі роки може перевищити 280-300 млрд доларів США, що свідчить про стійке відновлення та зростання після пандемійного спаду [42].

У США барна та нічна індустрія генерує понад 110 млрд доларів щорічно та забезпечує понад 1,2 млн робочих місць, що підкреслює її макроекономічне значення [34].

У Європі ринок також характеризується високою щільністю закладів: наприклад, у Великій Британії функціонує понад 45 тисяч пабів і барів, що робить цю країну однією з найбільш «барно насичених» у світі [24]. Ці дані підтверджують, що барна індустрія є не лише частиною сервісного сектору, а й важливим драйвером зайнятості, туризму та міської економіки.

Окремим напрямом світового розвитку є трансформація концепції бару як простору. У США, Великій Британії, Іспанії та Японії активно розвиваються концептуальні бари, де основний акцент зміщується з продажу напоїв на створення унікального досвіду. Наприклад, у Лондоні популярність здобули «speakeasy»-бари – закриті або напівзакриті заклади з елементами таємничості та індивідуального доступу, що відсилають до історії часів сухого закону. У Нью-Йорку активно розвиваються бари формату «no menu», де коктейлі створюються персонально під запит гостя, що підсилює ефект індивідуалізації сервісу. У Токіо поширені мікро-бари з дуже обмеженою кількістю місць, де головним стає контакт із барменом як носієм експертизи та культури міксології. У Барселоні та Берліні, навпаки, акцент робиться на сталості та локальності, включаючи використання сезонних інгредієнтів і концепцію zero-waste барів.

Важливою тенденцією світового розвитку є зміна структури попиту. Споживачі дедалі частіше орієнтуються не на алкоголь як продукт, а на якість досвіду, атмосферу та емоційний ефект. Це призводить до зростання популярності крафтових напоїв, авторської міксології та безалкогольних альтернатив. Зокрема, глобальний ринок безалкогольних напоїв демонструє стрімке зростання, що пов'язано з трендом здорового способу життя та усвідомленого споживання. Паралельно розвивається сегмент low-ABV і zero-ABV коктейлів, які активно інтегруються у меню преміальних барів у Лондоні, Копенгагені та Нью-Йорку.

Ще одним важливим напрямом є технологізація барної індустрії. У провідних країнах активно впроваджуються цифрові меню, мобільні застосунки для замовлення, системи персоналізованих рекомендацій, а також інтеграція AR/VR-рішень для створення іммерсивного досвіду. Окремі бари використовують соціальні мережі як основний канал залучення клієнтів, формуючи контент-орієнтовану модель розвитку, де візуальна складова коктейлю має таке ж значення, як і його смак. Це особливо характерно для

США та Великої Британії, де Instagram та TikTok стали ключовими інструментами маркетингу барної культури.

Світова барна індустрія демонструє перехід від класичної сервісної моделі до креативно-досвідної економіки. Бар сьогодні – це не просто заклад громадського харчування, а мультифункціональний простір, у якому поєднуються гастрономія, культура, технології та соціальна взаємодія. Основною тенденцією є персоналізація, емоційність та концептуальність, що дозволяє барній індустрії залишатися конкурентною та адаптивною в умовах глобальних змін споживчої поведінки.

Світовий барний бізнес є важливою складовою індустрії гостинності, яка розвивається під впливом глобальних економічних змін, трансформації споживчої поведінки та зростання ролі емоційного досвіду. Сучасний бар перестає бути лише місцем споживання напоїв і перетворюється на багатофункціональний простір, де поєднуються гастрономія, культура, соціальна взаємодія та креативні індустрії. У провідних країнах світу бари формують окремий сегмент «економіки вражень», де ключовим продуктом виступає не товар, а досвід перебування.

Сучасна світова барна індустрія розвивається як висококонкурентний сегмент сфери гостинності, у якому поєднуються гастрономічні інновації, культурні наративи, технологічні рішення та дизайн-досвід. Бар перестає бути лише місцем споживання напоїв і трансформується у простір комплексних вражень, де ключове значення мають концепція закладу, рівень сервісу, унікальність продукту та емоційна взаємодія з гостем. У результаті формуються глобальні барні бренди, які впливають на розвиток індустрії та задають міжнародні стандарти якості.

Нижче в табл. 2.1 подані приклади світових барних бізнесів. Та в додатку А подані фото барів The Connaught Bar, The Dead Rabbit, Atlas Bar, Bar Leone, Mirror Bar та Bar Mauro.

Таблиця 2.1

Приклади світових барних бізнесів

Бар / заклад	Країна	Ключова концепція	Орієнтовні показники / факти
The Connaught Bar [44]	Велика Британія (Лондон)	Преміальний коктейль-бар, поєднання класики та інновацій, персоналізований сервіс	Регулярно входить до топ-3 The World's 50 Best Bars; відомий сервісом martini trolley та високим рівнем повторних відвідувань
The Dead Rabbit [45]	США (Нью-Йорк)	Ірландський коктейль-бар із глибоким історичним storytelling	Отримував статус «Best Bar in the World» (Tales of the Cocktail); меню включало понад 150 авторських коктейлів у різні періоди
Atlas Bar [28]	Сінгапур	Один із найбільших gin-барів світу з преміальною колекцією алкоголю	Понад 1000 видів джину; стабільно входить до світових рейтингів The World's 50 Best Bars
Bar Leone [30]	Гонконг	Неокласична італійська барна культура з акцентом на простоту та гостинність	Визнаний одним із найдинамічніших нових барів Азії; популярність завдяки простим класичним коктейлям і food pairing
Mirror Bar [41]	Братислава	Арт-бар із театралізованим досвідом і максималістичною подачею	Відомий інсталяційним дизайном та складними авторськими коктейлями з ефектною презентацією
Bar Mauro [31]	Мехіко	Міланський ретро-гламур у мексиканському контексті з сильним storytelling	Нагороджений Campari One To Watch Award 2025; поєднання класичних і авторських коктейлів із гастрономічними елементами

Джерело: сформовано автором на основі [28; 30; 31; 41; 44; 45].

Провідні світові бари демонструють різні стратегічні моделі розвитку, однак усі вони формують єдину тенденцію переходу від продукт-орієнтованої до досвід-орієнтованої логіки споживання. The Connaught Bar у Лондоні репрезентує модель преміального сервісу, де ключовим чинником виступає персоналізація та бездоганна класична база, доповнена інноваційними сервісними практиками. Такий підхід формує стабільну лояльність клієнтів і підкреслює важливість високого рівня обслуговування як конкурентної переваги.

The Dead Rabbit у Нью-Йорку демонструє розвиток барної культури через історичний наратив і storytelling, де кожен елемент меню і простору формує занурення у культурний контекст. Це підсилює емоційний зв'язок із гостем і перетворює відвідування бару на культурний досвід, а не лише гастрономічну подію.

Atlas Bar у Сінгапурі відображає тренд на масштабність і спеціалізацію, зокрема через концентрацію на одній категорії продукту – джині. Велика колекція напоїв та експертний підхід формують позиціонування закладу як глобального центру алкогольної культури, де знання продукту є частиною досвіду гостя.

Bar Leone у Гонконгу представляє протилежний напрям – повернення до простоти, класики та неформальної атмосфери. Така модель відповідає сучасному запиту на автентичність і доступність, де головну роль відіграє якість базових коктейлів і соціальна взаємодія.

Mirror Bar у Братиславі концентрується на театралізації та візуальній складності, перетворюючи коктейль на арт-об'єкт. Це відображає тенденцію до максимізації емоційного досвіду, коли бар стає простором мистецтва та інсталяцій.

Bar Mauro у Мехіко поєднує ретро-естетику з глобальним культурним ф'южном, формуючи наративний підхід до кожного напою. Така стратегія підсилює бренд через персоналізацію та історії, що стоять за продуктом.

Світовий досвід свідчить, що сучасні бари розвиваються у напрямі концептуалізації та досвідної економіки. Основними трендами є персоналізація сервісу, розвиток storytelling-підходів, підвищення ролі естетики подачі та інтеграція барів у культурні та соціальні практики міських спільнот. Також зростає значення унікальності закладу, коли кожен бар формує власну ідентичність через дизайн, меню та комунікацію.

Окремо посилюється тренд на преміалізацію та експертність, коли бари стають не лише місцем споживання, а й простором знань про напої та культуру їх походження. У результаті барна індустрія трансформується у

висококонкурентний сегмент індустрії гостинності, де ключовим фактором успіху є здатність створювати унікальний, емоційно насичений і запам'ятовуваний досвід для гостя.

Сучасна світова барна індустрія характеризується поляризацією розвитку між двома основними векторами: мінімалізмом і складною імерсивністю. З одного боку, спостерігається повернення до класичних форм, простих рецептів і соціальної атмосфери, з іншого – зростає роль театралізації, дизайну та багат шарового досвіду. Незалежно від обраної моделі, ключовим чинником успіху стає здатність бару формувати унікальну емоційну цінність для гостя, що виходить за межі простого споживання напоїв і перетворює заклад на культурний та соціальний простір.

2.2. Сучасний стан та особливості розвитку барної справи в Україні

Барна справа в Україні є складовою частиною сфери гостинності, що розвивається під впливом економічних, соціальних та безпекових факторів. Сучасний барний ринок формується в умовах нестабільності, проте водночас демонструє адаптивність, гнучкість та поступову трансформацію в бік концептуальних і креативних форматів. Бар у сучасному українському контексті виступає не лише місцем споживання напоїв, а й простором соціальної взаємодії, емоційного досвіду та культурної комунікації.

Сучасні статистичні дані свідчать, що барна та ресторанна індустрія України перебуває у стані одночасного відновлення та структурної нестабільності. За даними аналітики ринку HoReCa, у 2025 році відбулося зростання доходів закладів громадського харчування приблизно на 5% у порівнянні з попереднім роком, однак це зростання пояснюється переважно підвищенням середнього чеку, а не збільшенням кількості відвідувачів. Одночасно зафіксовано зниження відвідуваності закладів приблизно на 9%, що свідчить про зміну споживчої поведінки: люди відвідують бари рідше, але витрачають більше за один візит [38].

Особливо показовим є зростання середнього чеку в барному сегменті приблизно на 19%, що перевищує аналогічні показники кав'ярень і ресторанів. Це демонструє, що бари поступово переходять у преміальніший або досвідно-орієнтований сегмент, де клієнт платить не лише за напій, а за атмосферу, сервіс і емоційний досвід. Таким чином, бар стає не місцем масового споживання, а простором «підвищеної цінності відвідування».

Інша важлива статистична тенденція стосується динаміки відкриття та закриття закладів. У 2025 році в Україні було зареєстровано понад 13,3 тисячі нових закладів у сфері HoReCa, однак одночасно припинили діяльність понад 10,6 тисяч підприємців у цій сфері. Це означає дуже високий рівень ротації бізнесу, коли значна частина закладів не витримує конкуренції або закривається протягом першого року роботи. Така ситуація свідчить про нестабільність ринку та високу чутливість до економічних і безпекових факторів [26].

Додатково аналітика показує, що приблизно половина закладів, які припинили діяльність, не проіснували навіть півтора року. Це підкреслює слабку життєздатність частини бізнес-моделей, особливо тих, що не мають чіткої концепції або фінансової подушки. Водночас це також відкриває можливості для нових форматів – концептуальних барів, нішевих закладів і крафтових проєктів, які здатні швидше адаптуватися до змін [29].

Географічно найбільша концентрація нових барів і кафе спостерігається у великих містах – Києві, Львові, Одесі та Дніпрі. Це підтверджує урбаністичну природу розвитку барної культури, де попит формується за рахунок молоді, туристичних потоків і вищого рівня доходів.

Барна індустрія України розвивається за моделлю «ціннісного зміщення»: кількість відвідувань зменшується, але зростає середній чек і значення емоційного компоненту споживання. Ринок стає менш масовим, але більш сегментованим, де виживають ті заклади, які пропонують не просто напої, а унікальний досвід, концепцію та адаптацію до нових соціально-економічних умов.

Сучасний ринок закладів типу «кафе/бари» в Україні характеризується високою фрагментованістю та домінуванням незалежних операторів, що формують значну частку ринку у великих містах, зокрема Києві, Львові, Одесі та Дніпрі. За аналітичними даними ринку, сфера поступово відновлюється після кризових періодів, проте залишається нижчою за довоєнні показники через скорочення споживчої бази та зниження відвідуваності закладів громадського харчування в умовах війни та економічної нестабільності [25]. Також зазначається, що ринок барів і кафе є конкурентним і динамічним, де поряд із мережевими операторами активно розвиваються нішеві концепції та локальні бренди [33].

Важливою особливістю є зміна поведінки споживачів: відвідування барів дедалі частіше пов'язується не лише з базовим споживанням напоїв, а з отриманням емоційного досвіду, соціальної взаємодії та проведенням дозвілля. Це зумовлює розвиток концептуальних барів, які пропонують авторські коктейлі, тематичні події, гастрономічні поєднання та візуально виразний інтер'єр. Водночас класичні формати зберігають свою популярність завдяки доступності та стабільності сервісу. Нижче в табл. 2.2 подані приклади розвитку барної справи в Україні.

Таблиця 2.2

Приклади розвитку барної справи в Україні

Заклад	Місто	Формат / концепція	Особливості розвитку
Borysov Gastrofamily (мережа барів і ресторанів) [32]	Київ	Мережеві концептуальні бари	Один із лідерів сегменту, орієнтація на масштабовані формати та оптимізацію бізнес-моделі
Pyana Vyshnia [43]	Україна (мережа)	Монопродуктовий бар (настоянка/наливка)	Швидке масштабування, популяризація локального продукту, проста модель споживання
ATB-Market (алкогольний ритейл як драйвер on-trade) [27]	Україна	Мас-маркет сегмент напоїв	Вплив на барну індустрію через доступність алкоголю та формування споживчих звичок

Джерело: сформовано автором на основі [27; 32; 43].

Розвиток барної справи в Україні відбувається під впливом низки системних чинників, серед яких ключовими є воєнний стан, економічна нестабільність, зміна логістичних ланцюгів та трансформація споживчого попиту. Значна частина закладів змушена адаптуватися через скорочення годин роботи, зміну форматів обслуговування, розвиток безалкогольних позицій та оптимізацію витрат. Одночасно це стимулює креативність і появу нових моделей барного бізнесу, орієнтованих на невеликі простори, гнучкі меню та локальні продукти.

Особливу роль відіграє зростання сегменту крафтових напоїв і локальних брендів, що формує нову споживчу культуру, орієнтовану на унікальність і «ексклюзивність досвіду». Водночас зберігається висока залежність галузі від загального рівня доходів населення та безпекової ситуації, що обмежує темпи розвитку преміального сегменту.

У структурі ринку простежується подвійна тенденція: з одного боку, масові формати забезпечують стабільний попит, а з іншого – концептуальні бари формують іміджеву та інноваційну складову індустрії. Це створює баланс між доступністю та експериментальністю, що є характерною рисою сучасного українського барного середовища.

Таким чином, сучасний стан барної справи в Україні можна охарактеризувати як перехідний і трансформаційний. Галузь одночасно стикається з обмеженнями зовнішнього середовища та відкриває нові можливості для інноваційного розвитку. Основними тенденціями виступають концептуалізація барного простору, розвиток крафтового сегменту, зростання ролі емоційного досвіду та адаптація до змін споживчої поведінки. У перспективі конкурентоспроможність барів визначатиметься здатністю поєднувати якісний продукт, гнучкість бізнес-моделі та унікальність концепції.

2.3. Порівняльний аналіз світових і вітчизняних тенденцій розвитку барної справи

Сучасна барна індустрія функціонує в умовах глобальної трансформації споживчих практик, де ключовим стає не лише продукт, а й комплексний емоційно-сервісний досвід. Світовий ринок барної справи демонструє стабільне зростання, яке підтримується розвитком культури позадомашнього споживання напоїв, інноваціями в міксології та розширенням сегменту premium experience. Водночас ринки різних країн розвиваються нерівномірно, що зумовлено економічними, соціальними та культурними чинниками, а також рівнем зрілості індустрії гостинності.

Український ринок барної справи формується під впливом специфічних зовнішніх умов, зокрема економічної нестабільності та воєнного стану, що значно впливають на динаміку відкриття закладів, відвідуваність і структуру попиту. Попри це, галузь демонструє адаптивність, поступово інтегруючи світові тенденції, зокрема розвиток крафтової культури, зростання попиту на безалкогольні альтернативи та активну цифровізацію комунікації із споживачем. У результаті формується гібридна модель розвитку, що поєднує глобальні тренди та локальні особливості споживчої поведінки.

Порівняльний аналіз світових і українських тенденцій дозволяє виявити як спільні вектори розвитку, так і суттєві відмінності, пов'язані з масштабом ринку, платоспроможністю населення та структурою споживання. Нижче наведено узагальнені показники, що характеризують ключові параметри функціонування барної індустрії на глобальному та національному рівнях.

Нижче подано табл. 2.3 з ключовими статистичними показниками світового та українського барного/коктейльного ринку, а також подальший аналітичний опис тенденцій.

Таблиця 2.3

Порівняльний аналіз світових і вітчизняних тенденцій розвитку барної справи

Показник / барний сегмент	Світовий ринок	Україна
Обсяг ринку коктейлів	USD 21,6–1437 млн (залежно від методики), прогноз до зростання >8-14% CAGR	локальний ринок фрагментований, стабілізація після спаду
Частка барів у споживанні коктейлів	46-52% усіх продажів коктейлів припадає на бари та паби	домінує HoReCa-споживання, але знижена відвідуваність через війну
Кількість барів (ринок США як індикатор)	понад 82 000 барів і пабів (2024)	значне скорочення відкриттів барів (у кілька разів менше нових закладів)
Тренд low/no-alcohol	зростання попиту +18-31%, mocktails до 20% меню	швидке зростання попиту на безалкогольні коктейлі, особливо у містах
RTD та готові коктейлі	1,5 млрд одиниць продажів, стрімке зростання	поступове входження, поки не домінує
Середній чек	\$14-36 за відвідування (світові ринки)	значно нижчий середній чек через купівельну спроможність
Вікова структура споживачів	60-70% – 21-40 років	аналогічна структура з домінуванням покоління Z і міленіалів
Ключовий драйвер попиту	experience economy (емоції, досвід, storytelling)	соціальна функція + доступність + безпечність
Діджиталізація	TikTok, Instagram, візуальні коктейлі як маркетинг	активне використання соцмереж для просування барів

Джерело: сформовано автором на основі [35; 36; 37;39; 40].

Сучасний розвиток барної справи демонструє перехід від класичної моделі споживання алкоголю до досвідної економіки, де ключову роль відіграє емоційна цінність відвідування закладу. Світовий ринок коктейлів зростає високими темпами (понад 8-14% CAGR залежно від сегментації), що пояснюється популяризацією преміальних напоїв, розвитком міксології та поширенням культури соціальних зустрічей у барах і пабах. Більша частина споживання припадає саме на заклади HoReCa, що підтверджує їх центральну роль у структурі ринку, де бар виступає не лише місцем продажу, а й простором соціальної взаємодії та культурної комунікації.

Важливою тенденцією є зміна структури споживання алкогольних напоїв. Зростає частка low- та no-alcohol коктейлів, яка у світі вже становить значний сегмент меню, а також активно розвивається ринок ready-to-drink продукції. Це свідчить про переорієнтацію споживача на більш усвідомлене ставлення до алкоголю, здоровий спосіб життя та контрольований досвід споживання. Одночасно зростає роль преміальних і крафтових продуктів, які забезпечують унікальність пропозиції та формують конкурентні переваги барів.

Український ринок розвивається в умовах значної нестабільності, що суттєво впливає на динаміку відкриття нових закладів і структуру споживчої поведінки. Попри це, базові світові тренди також поступово інтегруються: зростає значення безалкогольних коктейлів, соціальної функції барів і digital-комунікації. Водночас ключовим фактором для українського споживача залишається доступність, безпека та можливість соціальної взаємодії, що формує більш прагматичну модель відвідування закладів у порівнянні зі світовими ринками, де домінує experience-driven підхід.

Отже, барна індустрія в глобальному та локальному вимірах рухається в напрямі гібридної моделі розвитку. Вона поєднує економічну функцію (прибуток і продаж напоїв) із культурною та соціальною (створення досвіду, естетики та комунікації). Для України ключовим викликом є адаптація світових інновацій до умов внутрішнього ринку з урахуванням економічних і соціальних обмежень, тоді як світовий ринок продовжує рух у бік персоналізації, цифровізації та емоційного споживання.

Сучасна барна індустрія у глобальному вимірі трансформується від традиційної моделі споживання напоїв до досвідно-орієнтованої концепції, де ключову роль відіграють емоції, атмосфера та комплексна взаємодія зі споживачем. Світові тенденції характеризуються активним розвитком міксології, зростанням попиту на безалкогольні та низькоалкогольні альтернативи, популяризацією крафтової продукції, а також глибокою інтеграцією цифрових технологій у комунікацію та маркетинг барів.

Важливим чинником також виступає формування досвіду як основної цінності, коли відвідування закладу розглядається не лише як споживання продукту, а як форма соціальної та культурної взаємодії.

Водночас розвиток барної справи в Україні має специфічний характер, зумовлений економічними викликами та умовами воєнного стану. Незважаючи на зниження темпів відкриття нових закладів і загальну нестабільність ринку, галузь демонструє здатність до адаптації та поступового впровадження світових практик. Спостерігається зростання ролі крафтового сегменту, підвищення інтересу до безалкогольних коктейлів, а також активне використання цифрових каналів просування. При цьому бари в Україні залишаються передусім простором соціальної взаємодії, де ключовим фактором відвідування є комунікація та доступність сервісу.

Порівняльний аналіз засвідчує наявність як спільних тенденцій, так і суттєвих відмінностей між світовим та українським ринками барної справи. Глобальний ринок розвивається більш динамічно, орієнтуючись на інновації, персоналізацію та досвідність споживання, тоді як український перебуває у фазі трансформації та поступової інтеграції цих підходів. У цілому можна констатувати, що українська барна індустрія рухається у напрямі гармонізації зі світовими трендами, зберігаючи при цьому власну специфіку, пов'язану з соціальною роллю закладів та особливостями споживчої поведінки.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

3.1. Розробка концепції впровадження сучасних світових трендів у діяльність барних закладів України

Сучасний розвиток барної індустрії в Україні все більшою мірою визначається необхідністю адаптації до глобальних трендів, що охоплюють не лише зміну асортименту напоїв, а й трансформацію самої філософії закладів. Бар перестає бути виключно місцем споживання алкоголю і поступово перетворюється на багатофункціональний простір емоцій, комунікації, естетики та персоналізованого досвіду. У цьому контексті впровадження світових практик набуває стратегічного значення для підвищення конкурентоспроможності українських закладів.

Актуальність розробки концепції впровадження сучасних трендів зумовлена потребою гармонійного поєднання міжнародних інновацій із локальною специфікою споживчої поведінки. Йдеться не про пряме копіювання іноземних моделей, а про їх адаптацію з урахуванням культурних особливостей, економічних умов та очікувань українських відвідувачів. Особливого значення набувають такі напрями, як досвідність споживання, цифровізація сервісу, розвиток крафтової культури та формування емоційної цінності барного продукту.

Реалізація такої концепції передбачає поетапний підхід, що охоплює аналіз ринку, формування ідеї закладу, розробку продукту, впровадження сервісних інновацій та подальше позиціонування бренду. Нижче подано узагальнену покрокову модель впровадження сучасних світових трендів у діяльність барних закладів України (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Покрокова концепція впровадження сучасних світових трендів у барні заклади України

Етап	Зміст етапу	Ключові інструменти	Очікуваний результат
1. Аналітичний	Дослідження ринку, конкурентів, цільової аудиторії та глобальних трендів	маркетинговий аналіз, SWOT, аналіз трендів	визначення позиціонування закладу
2. Концептуальний	Формування ідеї бару (філософія, стиль, унікальна пропозиція)	концепт-дизайн, бренд-стратегія	створення унікальної концепції
3. Продуктовий	Розробка коктейльної карти з урахуванням трендів	крафтові інгредієнти, low/no alcohol, seasonal menu	конкурентне меню напоїв
4. Дизайновий	Створення простору як досвідної платформи	інтер'єр, світло, AR/VR елементи, storytelling	емоційний простір
5. Сервісний	Формування нової культури обслуговування	навчання персоналу, storytelling service	підвищення лояльності гостей
6. Діджитал	Інтеграція цифрових технологій у комунікацію	Instagram, TikTok, QR-меню, CRM	ефективний маркетинг
7. Комунікаційний	Просування бренду та формування спільноти	інфлюенсери, івенти, PR	впізнаваність бренду
8. Оцінювальний	Аналіз ефективності та корекція стратегії	аналітика продажів, відгуки гостей	оптимізація діяльності

Джерело: сформовано автором.

Аналітичний етап передбачає комплексне дослідження ринку барних послуг, включаючи аналіз конкурентного середовища, поведінки споживачів та актуальних світових трендів. Основна увага приділяється виявленню цільової аудиторії, її очікувань та рівня платоспроможності. Також визначаються сильні та слабкі сторони потенційного закладу, що дозволяє сформувати стратегічне бачення розвитку.

На концептуальному етапі формується базова ідея закладу, яка включає його філософію, стиль, атмосферу та унікальну пропозицію для гостя. Важливим є створення цілісного образу бренду, який буде відрізняти заклад

від конкурентів. Формується візуальна та змістова концепція, що визначає подальший розвиток усіх елементів бізнесу.

На продуктивному етапі розробляється коктейльна карта з урахуванням сучасних трендів, таких як використання локальних інгредієнтів, сезонність, крафтовий підхід та розвиток безалкогольних альтернатив. Основною метою є створення унікального продуктового портфеля, який поєднує якість, інноваційність та емоційну цінність для споживача.

Дизайновий етап передбачає створення простору, який виступає не лише функціональним середовищем, а й частиною загального досвіду. Інтер'єр, освітлення, музика та декоративні елементи формують атмосферу, що підсилює емоційне сприйняття закладу. Особлива увага приділяється storytelling-дизайну, який створює історію простору.

На сервісному етапі формується культура обслуговування, орієнтована на персоналізацію та емоційну взаємодію з гостем. Персонал проходить навчання щодо стандартів сервісу, комунікації та презентації продукту. Важливим є створення сценарного підходу до обслуговування, який підвищує рівень залученості клієнтів.

Діджитал етап передбачає інтеграцію цифрових технологій у всі процеси закладу, включаючи маркетинг, комунікацію та обслуговування. Використовуються соціальні мережі, QR-меню, CRM-системи та контент-маркетинг. Це дозволяє підвищити ефективність взаємодії з клієнтами та розширити аудиторію.

Комунікаційний етап спрямований на формування впізнаваності бренду та побудову лояльної аудиторії. Використовуються інструменти PR, співпраця з інфлюенсерами, організація тематичних подій та спеціальних заходів. Основною метою є створення активної спільноти навколо закладу.

Оцінювальний етап передбачає аналіз ефективності впроваджених рішень, оцінку ключових показників діяльності та збір зворотного зв'язку від гостей. На основі отриманих даних здійснюється коригування стратегії розвитку закладу для підвищення його конкурентоспроможності.

Запропонована модель відображає комплексний підхід до впровадження сучасних трендів у барну індустрію, де кожен етап є взаємопов'язаним і спрямованим на формування цілісного споживчого досвіду. Особливу увагу приділено не лише продукту, а й середовищу його споживання, що відповідає глобальному переходу до experience economy, де цінність створюється через емоції та враження.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що успішна адаптація світових трендів в українських барних закладах можлива лише за умови системного підходу, який поєднує аналітику, креативність, технологічність та гнучкість управління. Така концепція дозволяє не лише підвищити конкурентоспроможність закладів, але й сприяє формуванню сучасної культури споживання, орієнтованої на якість, досвід та емоційну цінність.

3.2. Рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування барних закладів

Сучасне функціонування барних закладів потребує постійного вдосконалення з урахуванням змін у споживчих уподобаннях, розвитку технологій та трансформації ринку гостинності. Барна індустрія дедалі більше орієнтується не лише на реалізацію напоїв, а й на створення комплексного емоційного досвіду, що поєднує сервіс, атмосферу, дизайн та цифрову взаємодію. У цих умовах підвищення ефективності діяльності закладів вимагає системного підходу до управління всіма бізнес-процесами.

Важливим чинником розвитку барних закладів є адаптація до сучасних трендів, серед яких особливе значення мають персоналізація сервісу, розвиток крафтової культури, впровадження безалкогольних альтернатив, цифровізація комунікацій та формування унікального бренду. Водночас ефективність діяльності значною мірою залежить від здатності закладу швидко реагувати на зміни ринку та впроваджувати інновації без втрати власної ідентичності.

З огляду на це доцільним є формування системи рекомендацій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності барних закладів, оптимізацію їхньої діяльності та посилення залученості клієнтів. Нижче наведено основні рекомендації з їх детальним змістовним розкриттям.

Основні рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування барних закладів:

1. Розвиток концепції досвідного споживання.

Основним напрямом підвищення ефективності є перехід від продукт-орієнтованої моделі до досвідно-орієнтованої. Це передбачає створення емоційного середовища, де кожен елемент – від подачі коктейлю до музичного супроводу – формує цілісний вражаючий досвід. Такий підхід підвищує лояльність гостей і стимулює повторні відвідування.

2. Впровадження цифрових технологій у сервіс та маркетинг.

Використання цифрових інструментів, таких як QR-меню, CRM-системи, онлайн-бронювання та активне просування у соціальних мережах, дозволяє оптимізувати взаємодію з клієнтами. Особливо важливим є контент-маркетинг у TikTok та Instagram, який формує візуальну впізнаваність бренду та залучає нову аудиторію.

3. Розширення крафтового та локального асортименту.

Використання локальних інгредієнтів і розвиток власних настоянок та авторських напоїв дозволяє створити унікальну пропозицію. Це не лише знижує залежність від імпоротної продукції, а й формує автентичність закладу, що є важливим конкурентним фактором.

4. Розвиток low/no-alcohol напрямку.

Зростання попиту на безалкогольні та низькоалкогольні коктейлі потребує розширення відповідного сегменту меню. Це дозволяє залучати ширшу аудиторію, зокрема споживачів, які орієнтуються на здоровий спосіб життя або обмежують споживання алкоголю.

5. Підвищення рівня сервісної культури персоналу.

Ключовим фактором успіху є кваліфікація персоналу, його здатність не лише обслуговувати гостей, а й створювати емоційний контакт. Навчання персоналу storytelling-підходу та комунікаційним навичкам підвищує загальний рівень сервісу.

6. Оптимізація простору та дизайн-ідентичності закладу.

Інтер'єр бару повинен бути не лише функціональним, а й емоційно привабливим. Використання унікального дизайну, освітлення та тематичних елементів сприяє формуванню впізнаваної атмосфери, яка стає частиною бренду.

7. Формування сильної бренд-комунікації та storytelling.

Розповідь історії закладу, його концепції та продуктів підсилює емоційний зв'язок із клієнтом. Storytelling дозволяє виділитися серед конкурентів і формує довгострокову лояльність аудиторії.

8. Використання подієвого маркетингу.

Організація тематичних вечорів, дегустацій, колаборацій з музикантами та арт-проектами сприяє залученню нових гостей. Подієвий формат стимулює повторні візити та формує активну спільноту навколо закладу.

Реалізація запропонованих рекомендацій дозволяє комплексно підвищити ефективність функціонування барних закладів шляхом поєднання інноваційних підходів, цифрових технологій та сервісної культури. Основний вектор розвитку полягає у створенні багатовимірного споживчого досвіду, який поєднує продуктову якість, емоційність, візуальну привабливість та соціальну взаємодію.

Таким чином, сучасний бар перестає бути лише точкою продажу напоїв і трансформується у простір комунікації та вражень. Це вимагає від закладів гнучкості, інноваційності та стратегічного підходу до управління, що в підсумку забезпечує їхню конкурентоспроможність та стійкість на ринку гостинності.

3.3. Оцінка економічної та маркетингової ефективності запропонованих заходів

Сучасний розвиток барних закладів потребує не лише впровадження інноваційних підходів до сервісу та продукту, але й обґрунтованої оцінки їх економічної та маркетингової ефективності. Умови високої конкуренції на ринку гостинності змушують підприємства ретельно аналізувати доцільність кожного управлінського рішення, визначаючи його вплив на прибутковість, залучення клієнтів та формування бренду.

Оцінка ефективності запропонованих заходів є важливим етапом стратегічного управління, оскільки дозволяє визначити реальний вплив інновацій на діяльність закладу. Зокрема, враховуються такі параметри, як зростання середнього чека, збільшення відвідуваності, підвищення рівня лояльності клієнтів, а також покращення впізнаваності бренду у цифровому середовищі. Такий підхід забезпечує комплексне розуміння результативності впроваджених змін.

У цьому контексті доцільним є систематизований аналіз запропонованих заходів із визначенням їх потенційного економічного та маркетингового ефекту. Нижче наведено узагальнену оцінку впливу кожного з напрямів удосконалення діяльності барних закладів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Оцінка економічної та маркетингової ефективності запропонованих заходів

№	Захід	Економічна ефективність	Маркетингова ефективність	Орієнтовний кількісний ефект (%)	Загальна оцінка впливу
1	Розвиток досвідного споживання	Зростання середнього чека та повторних відвідувань	Підвищення лояльності та емоційної залученості	+15-30% середній чек; +20% повторні візити	Висока
2	Впровадження цифрових технологій	Оптимізація витрат на маркетинг і сервіс	Збільшення охоплення аудиторії та впізнаваності	+25-40% охоплення; -10-20% витрати на маркетинг	Висока

Продовження табл. 3.2

3	Розширення крафтового асортименту	Підвищення маржинальності продукції	Формування унікальної позиції бренду	+10-25% маржинальність	Висока
4	Розвиток low/no-alcohol сегменту	Розширення цільової аудиторії та продажів	Залучення нових сегментів споживачів	+15-35% нова аудиторія	Середня-висока
5	Підвищення кваліфікації персоналу	Підвищення продуктивності та сервісної якості	Посилення позитивного іміджу закладу	+10-20% продуктивність; +15% задоволеність	Висока
6	Оптимізація простору та дизайну	Опосередковане зростання доходів через трафік	Формування впізнаваного бренду	+10-25% відвідуваність	Висока
7	Бренд-комунікація та storytelling	Стабільне зростання клієнтської бази	Посилення емоційного зв'язку з аудиторією	+20-35% залучення аудиторії	Висока
8	Подієвий маркетинг	Додаткові джерела доходу	Залучення нових відвідувачів	+15–30% виручка у пікові періоди	Висока

Джерело: сформовано автором.

Аналіз економічної та маркетингової ефективності показує, що найбільший потенціал впливу мають заходи, пов'язані з формуванням досвідного споживання, розвитком бренд-комунікації та цифровізацією. Саме ці напрями безпосередньо впливають на ключові фінансові показники, зокрема середній чек, частоту відвідувань і рівень повторних продажів, що формує довгострокову прибутковість закладу.

Запровадження цифрових технологій демонструє одночасно економічний та маркетинговий ефект, оскільки дозволяє знизити витрати на операційні процеси та маркетинг, водночас значно розширюючи охоплення аудиторії через соціальні мережі та онлайн-платформи. У сучасних умовах саме цифрова присутність бару стає одним із ключових факторів конкурентоспроможності.

Розвиток крафтового сегменту та low/no-alcohol напрямку формує нові джерела доходу за рахунок диверсифікації пропозиції. Хоча безалкогольні

позиції мають дещо нижчу маржинальність, вони компенсуються розширенням аудиторії та збільшенням частоти відвідувань, що позитивно впливає на загальний фінансовий результат.

Сервісна складова, дизайн простору та storytelling-комунікація виступають довгостроковими інвестиціями в бренд, які формують нематеріальну цінність закладу. Вони забезпечують стабільний приплив клієнтів через емоційний зв'язок із брендом і формування впізнаваного образу на ринку.

Подієвий маркетинг також має високий потенціал, оскільки дозволяє не лише генерувати додатковий дохід у короткостроковій перспективі, але й підсилювати позиціонування закладу як культурного та соціального центру. Це сприяє формуванню активної спільноти навколо бренду.

Узагальнюючи результати оцінки, можна стверджувати, що запропоновані заходи мають комплексний позитивний вплив як на економічні, так і на маркетингові показники діяльності барних закладів. Найбільший ефект досягається за умови їх системного впровадження, коли всі елементи – від продукту до комунікації – працюють як єдина стратегічна модель.

Таким чином, підвищення ефективності барного бізнесу базується на поєднанні інновацій, цифровізації, розвитку сервісної культури та формування унікального бренду, що дозволяє забезпечити стійке зростання конкурентоспроможності на сучасному ринку гостинності.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що розвиток барної справи в Україні відбувається у тісному взаємозв'язку зі світовими тенденціями, проте з урахуванням специфічних соціально-економічних умов. Сучасні барні заклади дедалі більше орієнтуються не лише на функцію споживання напоїв, а на створення комплексного досвіду для гостя, що поєднує естетику, емоційність, персоналізацію та комунікацію. Важливого значення набуває інтеграція інноваційних форматів, таких як цифрові технології, storytelling та концептуальні підходи до формування меню.

Запропоновані напрями вдосконалення діяльності барних закладів свідчать про необхідність комплексної трансформації операційної та маркетингової політики. Підвищення ефективності можливе через поєднання сучасних інструментів просування, розвитку крафтового сегменту, адаптації безалкогольних і низькоалкогольних продуктів, а також удосконалення сервісної складової. Окремо важливим є посилення брендингу закладів та формування унікальної ідентичності, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність на внутрішньому ринку.

Оцінка економічної та маркетингової ефективності запропонованих заходів демонструє їхню доцільність у довгостроковій перспективі, зокрема через потенційне зростання середнього чека, підвищення лояльності клієнтів та розширення цільової аудиторії. Водночас успішність реалізації залежить від здатності закладів адаптуватися до нестабільного середовища, змін споживчих уподобань і обмежень зовнішнього характеру. У цілому впровадження сучасних підходів формує підґрунтя для сталого розвитку барної індустрії та її поступової інтеграції у глобальний досвід hospitality-сектору.

ВИСНОВКИ

Барна справа у системі гостинності розглядається як багатофункціональна сфера, що поєднує економічну, соціальну та культурну складові. Вона виконує не лише сервісну функцію забезпечення напоями та супутніми послугами, а й формує простір комунікації, дозвілля та соціальної взаємодії. У сучасних умовах її роль суттєво розширюється за рахунок орієнтації на емоційний досвід гостя, що перетворює бар на елемент lifestyle-культури.

Класифікація барів та організація їх діяльності демонструють значну варіативність форматів, які залежать від цільової аудиторії, концепції закладу та рівня сервісу. Важливим є поділ за спеціалізацією, асортиментом напоїв, масштабом діяльності та рівнем інноваційності. Така багатогранність дозволяє формувати гнучкі бізнес-моделі, які адаптуються до змін споживчого попиту та ринкових умов.

Теоретичні підходи до дослідження барної справи ґрунтуються на міждисциплінарності, поєднуючи економічний, соціологічний та маркетинговий аналіз. Використання сучасних методів дозволяє комплексно оцінювати споживчу поведінку, тенденції розвитку та ефективність барних концепцій. Це створює наукову базу для подальшого вдосконалення галузі та прогнозування її розвитку.

Світова барна індустрія характеризується переходом від класичного споживання до досвідного формату, де ключову роль відіграє емоційність, інноваційність та персоналізація. Зростає значення storytelling, крафтових продуктів і безалкогольних альтернатив, що відображає зміну ціннісних орієнтацій споживачів. Бар стає не лише місцем споживання, а простором культурного та естетичного досвіду.

Сучасний стан барної справи в Україні визначається поєднанням традиційних форматів і поступовим впровадженням інноваційних підходів. Ринок характеризується неоднорідністю розвитку, значною залежністю від

економічної ситуації та безпекових умов. Водночас спостерігається зростання інтересу до крафтових напоїв, тематичних концепцій та локальних продуктів.

Порівняння світових і вітчизняних тенденцій показує наявність спільних напрямів розвитку, зокрема зростання ролі досвіду, цифровізації та індивідуалізації споживання. Водночас український ринок має свої обмеження, пов'язані з купівельною спроможністю та зовнішніми викликами. Це зумовлює необхідність адаптації світових практик до локальних умов.

Впровадження сучасних світових трендів у діяльність барних закладів України потребує системного підходу до формування концепцій розвитку. Особливу увагу слід приділяти поєднанню інноваційних технологій, крафтового виробництва та унікальної подачі продукту. Це дозволяє підвищити конкурентоспроможність закладів і сформувати їхню стійку ринкову позицію.

Рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування барних закладів базуються на оптимізації сервісу, маркетингових стратегій та асортиментної політики. Важливим є розвиток бренду, впровадження цифрових каналів комунікації та орієнтація на сучасні споживчі тренди. Такий підхід сприяє підвищенню лояльності клієнтів і збільшенню економічної результативності.

Оцінка економічної та маркетингової ефективності запропонованих заходів підтверджує їх доцільність для довгострокового розвитку барної індустрії. Реалізація сучасних підходів дозволяє збільшити середній чек, розширити аудиторію та зміцнити позиції закладів на ринку. У цілому це формує передумови для сталого розвитку барної справи в умовах трансформації глобальної індустрії гостинності.

СПИСОК ВИКОРИСАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ахмедова О. О. Вплив середньовічної таверенної культури на формування сучасного барного досвіду в Україні та Європі [Текст]. *Журнал стратегічних економічних досліджень*, 2025. № 4 (27). С. 27-36. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33025>
2. Багрій К. Л. Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції* (23 квітня 2021р.). Херсон. С. 177-180. URL: <http://rps.chtei-knteu.cv.ua:8585/jspui/handle/123456789/2020>
3. Базаров О. М., Звягінцева О. Б. Сутність готельно-ресторанного бізнесу та значення в сфері гостинності України. *Матеріали науково-практичної конференції* 17 квітня 2024 року. С. 162-164. URL: <https://mku.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/Zbirnyk-Orlykivski-chytannya-2024.pdf#page=162>
4. Барна М. Ю., Гліненко Н. К., Дайновський Ю. А. Фактори конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці*, 2020. Вип. 39. С. 415-421. URL: https://web.archive.org/web/20200502022832id_/http://market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/71.pdf
5. Безчасний О. У., Мітал О. Г., Петровська І. О. Оцінка ефективності діяльності спеціалізованих барів в закладах готельного господарства. *Актуальні питання економічних наук*, 2026. № 22. С. 1-23. URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/1306>
6. Болбачан І. Розвиток сучасної барної справи у вітчизняному ресторанному бізнесі. *Матеріали IV Всеукраїнського науково-практичного симпозиуму* 15 травня 2020 р. С. 428-432. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/51d60b37-3f9f-4b9c-b3b0-041c74f2c022/content#page=428>

7. Бондарчук А. В. Впровадження тематичної стилістики у графічне оформлення та фірмовий стиль коктейль-барів України. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: матеріали міжнародної конференції* (18 листопада 2025 р., м. Київ). Київ: КНУТД, 2025. Т. 1. С. 54-61. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32813>

8. Деак І. О. Особливості різних типів закладів ресторанного господарства. *Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції* (21 березня 2024 року, м. Харків, Україна). С. 189-191. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/32361/1/%D0%97%D0%91%D0%86%D0%A0%D0%9D%D0%98%D0%9A%20%D0%9D%D0%90%D0%A3%D0%9A%D0%9E%D0%92%D0%98%D0%A5%20%D0%9F%D0%A0%D0%90%D0%A6%D0%AC%2021.03.2024%20%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A4%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%A6%D0%86%D0%AF.pdf#page=189>

9. Державна система сертифікації УкрСЕПРО. URL: <https://kievlift.com.ua/ua/sistema-sertifikacii-ukrsepro-341/>

10. Дяченко Р. В. Сучасні ресторани заклади України як осередки дозвілля. *Мистецтвознавчі записки*, 2019. № 35. С. 9-14. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=820036>

11. Зеніна Д. О., Лихолат О. А. Сучасний стан і тенденції розвитку ресторанної справи в Україні. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції* 05 листопада 2021 р. С. 140-142. URL: http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/4608/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%84%2005_11_21%20%D0%A2%D0%BE%D0%BC%202%20.pdf#page=140

12. Кравченко Л. В. Ефективність роботи сучасного бару. 2025. С. 1-5. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ddb1c83f-47c1-4ec3-8339-22f398468e90/content>

13. Мандрик В., Новак У., Говда Г. Роль технологічного устаткування у формуванні винного сервісу та барної культури в готельно-

ресторанних закладах. *Економіка та суспільство*, 2025. № 79. С. 1-10. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6667>

14. Мандрик В., Новак У., Говда Г. Синергія технологій та культури обслуговування: сучасні підходи до устаткування барів і сомельє-сервісу. *Економіка та суспільство*, 2025. № 80. С. 1-8. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6869>

15. Нещадим Л. М., Тимчук С. В. Впровадження системи економічного управління якістю продукції та послуг закладів барної справи в Україні. С. 176-177. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1351077b-f960-47d7-a887-2205505553bd/content>

16. Петрунчак Д. Тенденції сучасної барної індустрії. *Збірник матеріалів III всеукраїнської науково-теоретичної конференції 16 травня 2024 року*. С. 167-172. URL: <https://surl.li/mazept>

17. Про затвердження Правил обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) та Правил обов'язкової сертифікації послуг харчування: наказ Держкомстандарту України № 37 від 27.01.1999. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0234-99#Text>

18. Про туризм: Закон України від 2014. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JG39C00A>

19. Ратинський В., Шерстюк Р., Паляниця В. Інновації в барній справі: від CRM до обладнання готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*, 2024. № 70. С. 1297-1305. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5417>

20. Рибаківа С., Рогова Н. Сучасні тенденції у формуванні коктейльної карти в преміальних барах: аналіз смакових уподобань покоління Z. *Scientific Journal of Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University Economics*, 2025. № 3. С. 83-88. URL: <https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/280>

21. Стандарти ISO 9001. Системи управління якістю. Вимоги. 2015.
URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=64013
22. Стандарти серії ISO 9000. URL: <https://academy.tms.ua/uk/blog-uk/standarty-iso-serii-9000/>
23. Таньков К. М., Бурлака Т. А. Ринок гостинності: сутність, функції, структура. *Матеріали IX міжнародної науково-практичної конференції*, 2018. С. 27-32. URL: https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3675/1/2018-%D0%A2%D0%BE%D0%BC-2-%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80_%D0%86X_%D0%9C%D1%96%D0%B6%D0%BD_%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA-%D0%BF%D1%80_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84.pdf#page=27
24. A passion for beer and pubs. *The voice of brewers & pubs*. URL: <https://beerandpub.com/>
25. Alcoholic drinks in 2024: The big picture. URL: <https://lp.euromonitor.com/alcoholic-drinks-in-ukraine/report>
26. An average café or restaurant business in Ukraine lasts about a year and a half. Ukrainians visit cafés less often – but spend more when they do. Opendatabot. 2025. URL: <https://opendatabot.ua/en/analytics/horeca-foonomics-2025>
27. ATB-Market (алкогольний ритейл як драйвер on-trade). URL: <https://trademaster.ua/newsukraine/31764>
28. Atlas, A Grand Lobby & Bar. URL: <https://www.atlasbar.sg/>
29. Average fop in café and restaurant industry in Ukraine has been living for year and half. 2025. URL: <https://open4business.com.ua/en/average-fop-in-cafe-and-restaurant-industry-in-ukraine-has-been-living-for-year-and-half/>
30. Bar Leone. Hong Kong. URL: <https://www.theworlds50best.com/bars/the-list/bar-leone.html>
31. Bar Mauro. Mexico City. URL: <https://www.theworlds50best.com/bars/awards/one-to-watch.html>

32. Borysov Gastrofamily. URL:
<https://www.instagram.com/gastrofamily.corp/>
33. Cafés/Bars in Ukraine. 2026. URL:
<https://www.euromonitor.com/cafes-bars-in-ukraine/report>
34. Charles Pemberton, Isabelle Durand, Lena Hoffmann. Bar And Nightlife Industry Statistics. In 2023, higher prices and labor shortages reshaped bars, yet nightlife revenue still rebounded 21% from 2019. *WorldMetrics*. 2026. URL: <https://worldmetrics.org/bar-and-nightlife-industry-statistics/>
35. Cocktail Bar Market: Trends and Consumer Behavior. URL:
<https://dojobusiness.com/blogs/news/cocktail-bar-market-trends>
36. Cocktail Market Size, Share, Growth, and Industry Analysis, By Type (Alcoholic Cocktails, Non-Alcoholic Cocktails, Cocktail Mixes), By Application (Bars & Pubs, Retail, Online Sales, Events, Restaurants), Regional Insights and Forecast to 2035. 2025. URL: <https://www.360researchreports.com/market-reports/cocktail-market-216084>
37. Cocktail Market Size, Share, Growth, and Industry Analysis, By Type (Alcoholic Cocktails, Non-Alcoholic Cocktails, Cocktail Mixes), By Application (Bars & Pubs, Retail, Online Sales, Events, Restaurants), Regional Insights and Forecast to 2033. 2025. URL: <https://www.marketreportsworld.com/market-reports/cocktail-market-14720500>
38. Fewer guests, bigger bills: how the Ukrainian restaurant market has changed in 2025. *Комерсант*. 2025. URL: <https://komersant.ua/en/menshe-hostey-bilshi-rakhunky-iak-zminyvsia-restoranny-rynok-ukrainy-u-2025-rotsi/>
39. Global HORECA Beverage Market Highlights. URL:
<https://www.knowledge-sourcing.com/report/global-horeca-beverage-market>
40. How big is the Cocktail Market? 2025. URL:
<https://www.6wresearch.com/market-takeaways-view/how-big-is-the-cocktail-market>
41. Mirror Bar. Bratislava. URL:
<https://www.theworlds50best.com/bars/awards/highest-new-entry-award.html>

42. Patrick Olsen, Emma Sutcliffe. Bars Nightlife Industry Statistics. *Zipdo*. 2026. URL: <https://zipdo.co/bars-nightlife-industry-statistics/>
43. Pyana Vyshnia. URL: <https://pianavyshnia.com/>
44. The Connaught Bar. URL: <https://www.maybourne.com/en/hotels/the-connaught/restaurants-bars/connaught-bar>
45. The Dead Rabbit. URL: <https://www.thedeadrabbit.com/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Фото барів The Connaught Bar, Bar Mauro (Mexico City), Mirror Bar (Bratislava), Bar Leone (Hong Kong)

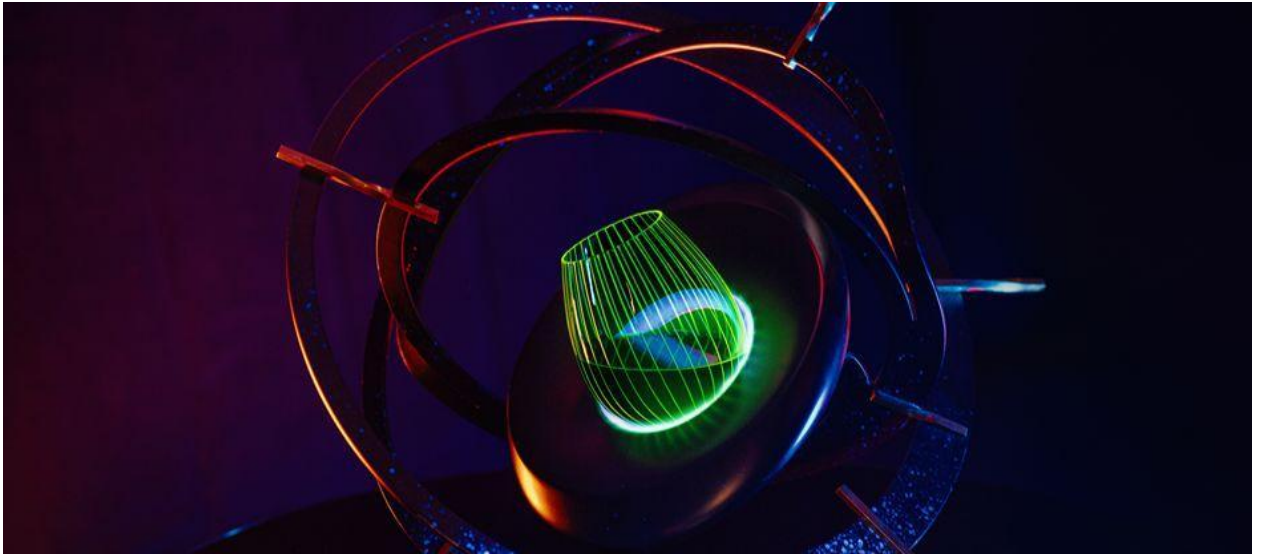
The Connaught Bar



Bar Mauro (Mexico City)



Mirror Bar (Bratislava)



Bar Leone (Hong Kong)

