

Міністерство освіти і науки України  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Інститут економіки та менеджменту  
кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку  
**Ткачук Роман Михайлович**

---

УДК 338.48

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**  
**«Напрями інноваційного розвитку барної справи»**

---

242 Туризм і рекреація

**Робота містить результати власних досліджень, використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело:**

Здобувач освітнього ступеня \_\_ Р.М.Ткачук \_\_\_\_\_

Науковий керівник \_ О.В.Побігун \_\_\_\_\_

**Рецензент**

доцент Я. С. Коробейникова

**Допущено до захисту**

Завідувач кафедри туризму

доцент Я. С. Коробейникова

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Інститут економіки та менеджменту  
Кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку  
Спеціальність \_\_\_\_\_242 - «Туризм і рекреація»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

зав.каф.ТРР

доцент Коробейникова Я.С.

«\_\_» \_\_\_\_\_2025р

## **ЗАВДАННЯ НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ**

Студенту\_ Ткачук Роман Михайлович \_\_\_\_\_

1 Тема роботи: «Напрями інноваційного розвитку барної справи» \_\_\_\_\_  
затверджена наказом ректора університету від „\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.№ \_\_\_\_\_

2 Термін здачі студентом закінченого роботи \_\_ 01.12.2025 року \_\_\_\_\_

3 Вихідні дані до роботи: офіційні джерела та сайти, наукові праці,  
статистичні дані

4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ БАРНОЇ СПРАВИ В  
УКРАЇНІ, РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ  
В РОЗВИТОК БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ, РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ДЛЯ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ**

5 Перелік графічного матеріалу

Мультимедійна презентація - ... слайдів

6. Консультанти з роботи, із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис консультанта, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Побігун О.В.	01.09.2025	
2	Побігун О.В.	20.10.2025	
3	Побігун О.В.	01.11.2025	
Нормо-контроль	Побігун О.В.		

7 Дата видачі завдання 01.09.2025 року

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
 (підпис) (розшифрування підпису)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 (підпис студента) (розшифрування підпису)

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер і назва етапів магістерської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ	19.09.2025	
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В РОЗВИТОК БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ	30.11.2025	
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ	18.11.2025	
Висновки, оформлення літератури та роботи	01.12.2025	

Студент \_\_\_\_\_  
 (підпис) (розшифрування підпису)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
 (підпис) (розшифрування підпису)

## АНОТАЦІЯ

**Тема:** Напрями інноваційного розвитку барної справи

Магістерська робота присвячена обґрунтуванню та розробці стратегічних інноваційних напрямів, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств барної справи в умовах ринкової нестабільності.

Досліджено нормативно-правову базу та соціокультурну роль бару як «третього місця», що є фундаментом для безпечної діяльності та соціалізації громади. Проведено комплексний аналіз 34 закладів Івано-Франківська та фіналістів Ukrainian Bar Awards, що дозволило ідентифікувати рівень впровадження цифрових, технологічних та соціальних інновацій. Вперше систематизовано та деталізовано чотири типи інновацій (технологічні, продуктові, маркетингові та організаційні), адаптованих до сучасних викликів барної справи. Запропоновано інтеграцію програм здорового способу життя (HLS) та реалізацію концепції Zero-Waste для посилення екологічної та економічної стійкості бізнесу. Обґрунтовано стратегію гуманізації технологій, де штучний інтелект та автоматизація звільняють персонал для виконання складних соціальних і творчих функцій. Доведено, що успіх закладу в умовах високої конкуренції залежить від балансу між цифровою персоналізацією та створенням автентичного емоційного досвіду.

**Ключові слова:** *барна справа, інновації, міксологія, діджиталізація, horeca*

## ABSTRACT

**Topic:** Directions for the innovative development of the bar industry

The master's thesis is devoted to the substantiation and development of strategic innovative directions capable of increasing the competitiveness of bar industry enterprises under conditions of market instability.

The regulatory framework and the socio-cultural role of the bar as a "third place," which serves as a foundation for safe operations and community socialization, have been studied. A comprehensive analysis of 34 establishments in Ivano-Frankivsk and finalists of the Ukrainian Bar Awards was conducted, allowing for the identification of the level of implementation of digital, technological, and social innovations. For the first time, four types of innovations (technological, product, marketing, and organizational), adapted to the modern challenges of the bar industry, have been systematized and detailed. The integration of healthy lifestyle (HLS) programs and the implementation of the Zero-Waste concept have been proposed to enhance the environmental and economic sustainability of the business. A strategy for the humanization of technology has been substantiated, where artificial intelligence and automation free up staff to perform complex social and creative functions. It has been proven that the success of an establishment in a highly competitive environment depends on the balance between digital personalization and the creation of an authentic emotional experience.

**Keywords:** *bar industry, innovation, mixology, digitalization, HoReCa*

## ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ	10
1.1. Сутність, функції та класифікація барної справи як об'єкта дослідження	10
1.2. Історична ретроспектива та джерела виникнення барів як суб'єктів ресторанного господарювання	18
1.3. Нормативно-законодавча база	20
1.4. Концептуальні основи барної справи	22
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В РОЗВИТОК БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ	31
2.1. Роль інновацій в барній справі в сучасному житті	31
2.2. Swot-аналіз барної справи в контексті інноваційних можливостей	35
2.3. Інноваційна діяльність барів України	38
2.4. Інноваційна діяльність барів м.Івано-Франківська	40
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ	47
3.1. Стратегічні рекомендації щодо розвитку барної справи в Україні	47
3.2. Приклад етапів впровадження концепції zero-waste (нуль відходів) у роботу бару	55
ВИСНОВКИ	57
ПЕРЕЛІК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ	60

## ВСТУП

**Актуальність** теми магістерської роботи "Напрями інноваційного розвитку барної справи" зумовлена динамічністю та високим рівнем конкуренції в індустрії гостинності, зокрема у сегменті закладів барного господарства. У сучасних економічних умовах, особливо зважаючи на світові виклики (наслідки пандемії, геополітичні фактори та прискорення діджиталізації), традиційні підходи до ведення бізнесу стають недостатніми для забезпечення стійкого розвитку та прибутковості.

Інновації виступають ключовим чинником, що дозволяє барним закладам не лише адаптуватися до мінливих споживчих запитів, але й формувати нові ринкові ніші та створювати унікальну споживчу цінність. Сучасний споживач вимагає не просто якісних напоїв, а й інтегрованого досвіду: технологічної зручності (цифрове меню, швидке обслуговування), екологічної відповідальності (концепція Zero Waste, сталість постачання) та продуктової диференціації (зростання попиту на low/no-alcohol та функціональні коктейлі).

**Мета роботи:** визначення, обґрунтування та розробка ключових напрямів інноваційного розвитку барної справи в сучасних економічних умовах.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

1. Систематизувати та узагальнити теоретико-методологічні основи інноваційного розвитку у сфері послуг, зокрема в індустрії гостинності, та визначити сутність барної справи як об'єкта інновацій.

2. Проаналізувати сучасний стан розвитку барної справи на національному ринку, визначити основні тенденції, виклики та інноваційний потенціал галузі.

3. Дослідити та оцінити рівень впровадження технологічних (діджиталізація), продуктових (напої), маркетингових та організаційних інновацій у діяльність українських барних закладів.

4. Обґрунтувати стратегічні напрями інноваційного розвитку барної справи, орієнтовані на ключові світові тренди та запропонувати приклад впровадження концепції Zero Waste.

**Об'єкт дослідження:** процес інноваційного розвитку підприємств барної справи (барів, пабів, нічних клубів, ресторанів із барними зонами).

**Предмет дослідження:** теоретичні, методологічні та практичні аспекти формування й реалізації інноваційних стратегій у барній справі.

**Методи дослідження:** системний аналіз і синтез, порівняльний та логічний аналіз, статистичний метод, SWOT-аналіз, метод прогнозування оцінки.

**Наукова новизна.** Систематизовано понятійний апарат інновацій стосовно барної справи, виокремлено та класифіковано специфічні види інновацій (технологічні, продуктові, маркетингові, організаційні), що формують конкурентні переваги у сфері гостинності. Обґрунтовано ключові стратегічні напрями інноваційного розвитку, що відповідають сучасним світовим трендам: діджиталізація операційних процесів, розвиток культури low/no-alcohol напоїв та впровадження сталої (sustainable) міксології. Здійснено аналіз барів України та міста Івано-Франківська стосовно досвіду впровадження інновацій. Розроблено етапи впровадження концепції Zero Waste в барній справі.

**Практична значущість** отриманих результатів полягає у можливості їх використання для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств барної справи: розроблені практичні рекомендації щодо вибору та впровадження конкретних інноваційних рішень (автоматизовані системи обліку, цифрові меню, back-of-house системи), що дозволяють оптимізувати витрати та підвищити швидкість обслуговування, а також приклад впровадження концепції Zero Waste.

**Апробація результатів дослідження** - участь в конференції з публікацією тез:

Ткачук Р.М., Побігун О.В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В СФЕРІ КАВ'ЯРНОГО БІЗНЕСУ. Зб. тез доповідей II Міжнародної наук.-практ. конф. «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» (26-27 листопада 2024 року, м. Харків). Частина 2. – Харків: Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2024. С.277-279.

**Структура роботи:** 65 сторінок, 3 розділи, 11 таблиць, 52 літературних джерела.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

## 1.1. Сутність, функції та класифікація барної справи як об'єкта дослідження

Барна справа є невід'ємною та високоспеціалізованою складовою індустрії гостинності, що займається виробництвом, реалізацією та організацією споживання алкогольних, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв, а також створенням специфічної атмосфери та умов для дозвілля [1].

На відміну від ресторанного бізнесу, де домінуючою є функція харчування, барна справа фокусується на напоях (їхній якості, асортименті та інноваційній подачі) та досвіді (атмосфері, сервісі та розвагах).

В економічній літературі часто використовують терміни «барне господарство» або «барний бізнес». Однак, термін «барна справа» найбільш повно відображає комплексний характер діяльності, що охоплює не лише матеріально-технічну базу (господарство), але й творчий, професійний та інноваційний аспекти (міксологія, обслуговування).

Функціональне призначення барної справи є багатограним і включає такі основні аспекти [2]:

1. Виробнича функція полягає у приготуванні складних напоїв, зокрема коктейлів, та напоїв на основі кави й чаю. Ця функція тісно пов'язана з інноваціями, оскільки міксологія постійно розвивається, впроваджуючи нові техніки (молекулярна міксологія, ферментація) та інгредієнти.

2. Торговельна функція - реалізація готових напоїв, закусок та супутніх товарів. Вимагає ефективного обліку, логістики та управління асортиментом.

3. Організаційна функція - безпосереднє обслуговування відвідувачів, забезпечення високого рівня гостинності, консультування щодо вибору напоїв та створення позитивного споживчого досвіду.

4. Соціально-комунікативна функція -бари є соціальними центрами, які забезпечують простір для спілкування, розваг (музика, шоу, тематичні вечори), реалізуючи потребу людини у відпочинку та соціалізації.

Барна справа є інтегрованою частиною індустрії гостинності (HoReCa: Hotel, Restaurant, Catering/Cafe) і виступає як самостійний сегмент, так і як структурний підрозділ великих комплексів [1, 2].

Класифікації барів як структурних підрозділів HoReCa:

1. Самостійні заклади - це спеціалізовані бари (коктейль-бари, паби, винні бари, нічні клуби), де продаж напоїв є основним джерелом доходу (понад 70%).

2. Структурні підрозділи – це барні зони, що функціонують у складі готелів (лобі-бари), ресторанів (ресторанні бари) чи розважальних центрів. У цьому випадку барна справа забезпечує додаткову цінність та підвищує середній чек, доповнюючи основну послугу.

Таким чином, інноваційний розвиток барної справи слід розглядати як важливий вектор підвищення конкурентоспроможності всієї індустрії гостинності, оскільки саме бари часто є піонерами впровадження нових технологій обслуговування та креативних продуктивних рішень.

Основним нормативним документом, що визначає термінологію та класифікацію в Україні, є ДСТУ 4281:2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація" [3].

Бар - це заклад ресторанного господарства з барною стійкою, що реалізує змішані, міцні алкогольні, слабоалкогольні та безалкогольні напої, закуски, десерти, кондитерські вироби, а також надає умови для відпочинку та розваг.

Територія бару поділяється на функціональні зони: зону стійки (буфету) для обслуговування, зали для відвідувачів зі столиками та місцями для сидіння, і службові приміщення (кухня, склад, санвузли, офіс), а залежно від типу бару можуть бути додаткові зони, наприклад, танцпол (у

диско-барах), лаунж-зони, чи окремі кімнати для бізнес-зустрічей (у бізнес-клубах).

Основні функціональні зони:

- Стійка: центральна зона для приготування та видачі напоїв, місце, де бариста чи бармен працює та спілкується з гостями.

- Зала для гостей: зона споживання напоїв та їжі, що може бути поділена на:

- столики для обслуговування (сервірувальна зона): Де гості сидять і їм подають страви та напої.

- зона для відпочинку (лаунж-зона): З м'якими диванами та кріслами для більш розслабленого спілкування.

- танцпол/сцена: якщо бар розважальний (диско-бар, музичний бар).

- Службові приміщення.

За спеціалізацією бари поділяють на:

- спеціалізовані - різновид бару, який реалізовує визначений спеціалізацією асортимент продукції (молочний, пивний, винний, кав'ярня, коктейль-бар, гриль-бар тощо);

- неспеціалізовані - різновид бару, який зорієнтований на реалізацію широкого асортименту коктейлів, десертів, бутербродів, штучних кондитерських виробів, фруктів, соків тощо.

За асортиментом страв і напоїв бари поділяють та три групи [2].

До першої групи входять бари, в асортименті яких основне місце займають різноманітні алкогольні та безалкогольні коктейлі, змішані напої та спеціальні закуски до них: аперитив-бар, винний бар, коктейль-бар, пивний бар (паб), молочний бар, фіто-бар, десертний бар.

В другу групу входять об'єднані бари, в асортименті яких переважають холодні закуски, інші та солодкі страви, а різноманітні змішані або однорідні алкогольні та безалкогольні напої є доповненням до них. Це гриль-бар та снєк-бар.

У третій групі знаходяться бари з різними послугами: диско-бар (night-club bars), бізнес-клуб-бар, театральний бар, хол-бар тощо.

*Охарактеризуємо найбільш поширені типи барів.*

Аперитив-бар реалізує насамперед коктейлі, що збуджують апетит, різні алкогольні та безалкогольні напитки: вермут, сухе вино, горілку, коньяк з льодом, віскі, джин, натуральні свіжі соки, мінеральну воду. У зв'язку з тим, що аперитив-бар призначений для реалізації коктейлів, змішаних і багатьох натуральних напитоків, що сприяють збудженню апетиту, він не розрахований на тривале перебування в барі відвідувачів і його доцільно розміщувати у складі ресторану або комплексу підприємств харчування та використовувати перед початком великих бенкетів, прийомів. У цьому випадку інтер'єр бару бажано оформити відповідно до теми, закладеної в інтер'єр того підприємства, у складі якого бар знаходиться. Аперитив-бари можна організовувати за потреби в будь-якому місці [2].

Винний бар можна розміщувати самостійно, у складі комплексного підприємства харчування, при готелі або якомусь видовищному закладі: театрі, кіно-концертному залі, кінотеатрі з кількома залами, торговельному центрі, а також дегустаційних залах. В асортименті реалізованої продукції - різноманітні марочні вина, а також коктейлі та змішані напитки на їх основі та спеціальні закуски до них. Винний бар призначений для відпочинку та насолоди винами, тому, крім місць біля барної стійки, бажано передбачити також столи на 2 або 4 місця. Бар бажано оснастити музичною апаратурою та розробити індивідуальний затишний інтер'єр [2].

Коктейль-бар в останні роки став однією з найпоширеніших форм спеціалізації бару. Коктейль-бар можна розташувати як у складі ресторану чи групи закладів харчування, так і самостійно. Оформлення екстер'єру та інтер'єру самостійно розташованого коктейль-бару вимагають особливої уваги. Бажано, щоб вони знаходилися у зв'язку з назвою та тематикою бару, виявлялися у формовому одязі персоналу або його елементах, у барній карті, за якою реалізують напої та закуски до них. В асортимент продукції

входять різноманітні коктейлі всіх груп та особливостей, а також гарячі напої. Таким чином, асортимент коктейль-бару, надає відвідувачам можливість широкого вибору коктейлів та змішаних напоїв на різній основі та вживання різноманітних компонентів. Крім того, в коктейль-барах відвідувачам надається можливість приємно відпочити, для чого створюються відповідні умови: зручна меблі, приємне освітлення, музичний супровід відпочинку з використанням телевізійної апаратури [2].

Пивний бар (паб) – це поширена у нашій країні форма бару. Їх можна організувати як у підвалі та на перших поверхах адміністративної будівлі, так і у складі комплексного закладу ресторанного господарства. Асортимент продукції включає до 30 найменувань пива, зокрема бочкове (кегове) та спеціальні закуски до них. Обслуговування в пивних барах можливо організувати як у барної стійки, так і за столиком, шляхом самообслуговування або з обслуговуванням офіціантами. Установлення в пивному барі музичної апаратури обов'язкове, але бажано ще передбачити телевізійну апаратуру або великий екран. Це значно підвищить його відвідування, особливо в час трансляції різних передач зі спортивних змагань (футбол, хокей, бокс, концертів тощо) [2].

Молочні та десертні бари. Бари цього типу у своїй повсякденній діяльності створюють умови для прискореного обслуговування споживачів, для чого бажано передбачити обслуговування як біля барної стійки, так і за столиком. В асортименті продукції входять всілякі напої на основі молочних продуктів, безалкогольні напої та змішані напої, морозене з різноманітними гарнірами, конфети, шоколад, фрукти. Куріння у цих барах небажане. Такі бари доцільно розміщувати на швидких магістралях, біля місць відпочинку, при видовищних підприємствах та спортивних спорудах та центрах відпочинку дітей з батьками (зоопарках, парках, комплексах дитячих розваг, кінотеатрах). У десертному барі виготовляється велика кількість молочних коктейлів, змішаних напоїв з алкоголем та без нього, сладких страв - тістечка, торти, драглі, мусі, самбуки, морозене, фрукти та

ін. У таких барах необхідно підтримувати широкий асортимент кондитерських виробів. Найчастіше десертні бари мають дитячу чи родинну направленість, де малюки з батьками мають змогу отримати улюблені ласощі [2].

Фітобар - це бар, в асортименті якого є велика кількість чаїв, трав'яних зборів, напоїв, які мають не тільки тонізуючі функції, а ще й лікувальне призначення. Такі бари часто розміщують у зонах відпочинку, парках, пляжах, у лікувально-профілактичних закладах, будинках відпочинку, дитячих таборах, фітнес-центрах та торгових центрах. Тут можуть бути встановлені апарати для збагачення повітря кислородом. Споживач сідає на високий стілець перед цим апаратом, вставляє наконечники (індивідуального користування) в ніс і включає апарат. Апарат має від 4 до 8 склянок ароматизованої рідини. Через неї пропускають кисень, який вдихає споживач, що позитивно впливає на його здоров'я [2].

Гриль-бар є для нашої країни новою, але вже популярною формою спеціалізації бару і вимагає особливої уваги при проектуванні, обладнанні та експлуатації. Гриль-бар доцільно розташовувати або у складі комплексу підприємств ресторанного господарства, або у цокольних чи на перших поверхах. Гриль-бар, на відміну від інших типів бару, може мати умови для попередньої приготування страв, доведених згодом барменами до готовності на очах у відвідувачів. До асортименту продукції гриль-бару входять страви складного приготування, що вимагають в основному теплової обробки в грилях, на рожені або рашпері. У гриль-барі можуть бути також коктейлі, вина, соки, прохолоджувальні напої. У гриль-барі доцільне обслуговування не лише 15 біля барної стійки, а й обслуговування за столиками, бажане через офіціантів. У гриль-барі на рівні зі швидким обслуговуванням слід передбачити створення комфортних умов для тривалого відпочинку відвідувачів [2].

Снек-бар або бар-закусочна – це спеціалізоване підприємство, розраховане на швидке обслуговування відвідувачів. Його доцільно

розташовувати на оживлених магістралях та місцях пересічення великих людських потоків: поблизу станцій метрополітену, автобусних станцій, залізничних та річкових вокзалів, аеропортів, готелів, торгових центрів, великих транспортних розв'язок у центральній частині міста. Заклад розрахований на коротке перебування споживачів, тому основною його рисою є швидке обслуговування відвідувачів біля стійки. У залі споживачі самостійно доставляють продукцію до столів, тобто застосовується самообслуговування. В асортименті бару-закусочної – холодні закуски, гарячі страви та солодкі нескладного приготування кондитерські вироби, соки, пиво, алкогольні напитки. На додаток до них можуть готуватися і відпускатися коктейлі та змішані напитки [2].

Диско-бар (Night club bars) входить до складу розважальних закладів: нічних клубів, дискотек, танцювальних майданчиків. У диско-барах, танцювальних барах з концертно-розважальною програмою реалізується асортимент коктейлів, змішаних напоїв та закусок до них, аналогічний асортименту коктейль-бару. У танцювальних барах та барах з концертно розважальною програмою, розрахованою на тривале перебування відвідувачів у них, необхідно передбачити відповідно комфортні умови, забезпечуючи розваги та відпочинок відвідувачів [2].

Хол-бар (Lobby-Bar) розташовується в холах готелів та розрахований на короткочасне перебування відвідувачів. Уздовж стійки необхідно передбачити кілька високих табуретів чи стільців. У ньому реалізують охолоджувальні напитки та спеціальні закуски. Крім музичної апаратури, в хол-барі бажано передбачити телевізор, а також свіжу пресу на кількох мовах [2].

За рівнем обслуговування та номенклатурою надання послуг бари поділяють на три класи: «люкс», «вищий», «перший» [3].

Бари «вищого» класу також відрізняються оригінальністю інтер'єру і комфортністю. Зручні і міцні меблі гармонують з архітектурним оформленням залу. Освітлення бару робиться не надто яскравим. Світло від

світильників спрямовується на стіни і стелю. У вечірній час у барі організуються музичні шоу та виступи музикантів і співаків. Асортимент напоїв і закусок відрізняється оригінальністю і вишуканістю, зокрема фірмових напоїв і страв – до 20%. У барах вищого класу використовуються високоякісний посуд і прибори. Обслуговують гостей фахівці високої кваліфікації метрдотелі (адміністратори залу), бармени, офіціанти і кухарі. [3].

Бари «люкс» і «вищого» класу мають сувеніри, фірмові обкладинки для меню, різноманітні проспекти, запрошення з емблемою закладу як українською, так і іноземними мовами. Працівникам бару «люкс» і «вищого» класу рекомендується видавати фірмовий одяг єдиного зразка, що поєднується з інтер'єром та концепцією закладу [3].

У барах «першого» класу в інтер'єрі використовують декоративні елементи, що створюють єдність стилю. На столах з поліефірним покриттям замість скатертин допускається використовувати індивідуальні лляні серветки. Звучить не «жива» музика, а використовується стереофонічна радіоапаратура і відеотехніка. Асортимент напоїв і закусок різноманітний, але нескладного приготування. Обслуговування здійснюють бармени за барною стійкою та офіціанти за столиками [3].

За призначенням бари поділяють на: танцювальні, ігрові, диско-бари, експрес бари, вар'єте-бари.

Отже, барна справа постає як високоспеціалізований сегмент індустрії гостинності, де ключовий акцент зміщується з суто гастрономічної функції на культуру споживання напоїв та формування специфічного соціального простору. Застосування інтегрованого терміну «барна справа» дозволяє охопити не лише матеріально-технічне господарство, а й творчий та інноваційний аспекти сучасної міксології. Широкий спектр функцій — від виробничої до соціально-комунікативної — утворює бар як «третє місце», що виконує критичну роль у процесах міської соціалізації та відпочинку. Ефективність функціонування закладу, згідно з нормативними вимогами,

визначається раціональним зонуванням приміщень та відповідністю обраній спеціалізації для забезпечення якісного споживчого досвіду. Системний підхід до класифікації та аналізу функціонального призначення барів є необхідною передумовою для розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств у межах HoReCa.

## **1.2. Історична ретроспектива та джерела виникнення барів як суб'єктів ресторанного господарювання**

Історичний генезис алкогольних напоїв, зокрема змішаних, корелює з еволюцією світової цивілізації. Споживання алкогольних напоїв, особливо в умовах культурного та освітнього середовища, традиційно розглядається не як девіантна поведінка, а як соціально прийнятний та інтегративний елемент комунікації. Історичні джерела підтверджують, що в європейській культурі споживання вина та міцних алкогольних напоїв (у помірних дозах) було елементом повсякденного життя. Свідчення про бенкети у стародавніх греків та римлян ілюструють високий рівень розвитку гастрономічної культури, паралельно з яким відбувалася активна еволюція виноробства [17].

Первинні технології дистиляції ґрунтувалися на використанні локальної сировини (виноград, цукровий очерет, агава, ячмінь). Проте, з часом ці міцні напої набули унікального іміджу та статусу національних символів, інтегруючи культурні та географічні особливості регіонів їхнього виробництва.

Генезис барів як закладів позадомашнього харчування нерозривно пов'язаний з історією розвитку професійної кулінарії. Еволюція розпочалася з корчм (від слов'янського «корм»), що пропонували подорожнім притулок та їжу, і продовжилася у придорожніх трактирах — готельних комплексах з обіднім залом і кухнею. У XVIII ст. трактири були інкорпоровані в міську інфраструктуру, а в XIX ст. поширився формат трактирів без готельного сервісу. Одночасно з'явилися ресторани, в яких функціонували

відокремлені зони, де обслуговування здійснювалося за спеціалізованими столами [18].

Термін «бар» (bar) походить від англійського слова «бар'єр» (barrier). Сучасна барна стійка є функціональним та декоративним варіантом цього бар'єра. Історично, особливо в період «Дикого Заходу» (Western saloons) у США, барна стійка виконувала захисну функцію, забезпечуючи безпеку персоналу від потенційно агресивних відвідувачів. Ці заклади в Америці часто мали формат, ближчий до магазинів, де спілкування та споживання напоїв відбувалося стоячи. У Франції заклади з подібним «бар'єром», де подавали прості закуски, називалися «buffet». Існує гіпотеза, що саме Америка, через вплив переселенців (голландців, іспанців, португальців), які засновували кафе, де приміщення для публіки було відокремлене бар'єром від буфету, є батьківщиною концепції бару [18].

Наприкінці XIX століття розпочалася модернізація барів. Дерев'яні прилавки були замінені буфетними стійками, декорованими металом або цінними породами дерева. Початковою метою власників закладів було забезпечення швидкої зміни гостей для максимізації прибутку, тому сидіння не передбачалися. Згодом стійки були доповнені високими табуретами, що стало типовою ознакою бару [18].

Незважаючи на подальші структурні та функціональні зміни, принцип «оперативного обслуговування» («без затримки») залишився ключовою характеристикою цього типу закладів [19].

На початку XX століття функціонування барів зазнало радикальної трансформації внаслідок введення Прогібіції (заборони на виробництво та продаж алкоголю) у багатьох країнах. Це призвело до появи нелегальних закладів, відомих як «спікізі» (speakeasies), які функціонували таємно та постачалися контрабандистами. Незважаючи на те, що заборона діяла значну частину першої половини століття, Великобританія та Англія не застосовували цієї практики, що зробило їх популярними центрами «питної культури» та сприяло становленню відомих виробників алкоголю та барів.

Важливу роль у формуванні культури постійного відвідування барів відіграли солдати, які після завершення військових конфліктів, де вони мали привілейований доступ до алкоголю в спеціалізованих армійських барах, трансформувалися на постійних клієнтів цивільних закладів [20].

Друга половина ХХ століття ознаменувалася черговим етапом еволюції барної справи, що характеризувався процесом нішування та таргетингу на специфічні групи споживачів. Це призвело до виникнення таких спеціалізованих форматів, як спорт-бари, комеді-бари та караоке-бари, концепція яких часто корелювала з елементами місцевої популярної культури. Популяризація тематичних вечорів стала ефективним інструментом для залучення молодіжної аудиторії і сьогодні залишається ключовим фактором при виборі закладу [20]. Вплив сучасних медіа має подвійний характер: з одного боку, бари зіткнулися з конкуренцією з боку телебачення та радіо, з іншого — заклади, оснащені відповідним обладнанням, набувають соціально-комунікаційної функції. Вони стають центрами, де клієнти збираються для колективного спостереження за важливими суспільними подіями та обміну інформацією, функціонуючи як місця соціалізації, спілкування та співчуття [21].

### **1.3. Нормативно-законодавча база**

Використання нормативно-правової бази є фундаментом діяльності будь-якого бару, оскільки вона визначає межі легальної роботи, гарантує безпеку споживачів та захищає бізнес від значних фінансових і репутаційних ризиків. Основні напрямки необхідності законодавчого регулювання включають:

#### *1. Забезпечення безпечності та якості продукції (НАССР)*

Згідно із Законом України № 771/97-ВР, оператори ринку харчових продуктів несуть повну відповідальність за виконання вимог законодавства щодо безпечності та якості. Впровадження системи аналізу небезпечних факторів та критичних точок контролю (НАССР) є обов'язковим для всіх

закладів ресторанного господарства, включаючи бари [4]. Впровадження системи аналізу небезпечних факторів та критичних точок контролю (НАССР) є обов'язковим для всіх операторів ринку харчових продуктів. За відсутність системи НАССР або порушення санітарних норм передбачено штрафи від 47 230 до 472 300 грн.

## *2. Регулювання обігу підакцизних товарів та ліцензування*

Діяльність бару нерозривно пов'язана із продажем алкоголю, що регулюється Законами № 3817-IX [5].

З 2025 року ліцензії на роздрібну торгівлю алкоголем стають безстроковими, проте вимагають щоквартальної сплати (12 000 грн на рік для міст). Торгівля алкоголем без ліцензії тягне за собою штраф у розмірі 200% вартості реалізованого товару, але не менше 24 000 грн. Алкогольні коктейлі, що готуються безпосередньо в барі, є підакцизними товарами зі ставкою 5% від вартості.

## *3. Фіскальна дисципліна та розрахункові операції*

Законодавство вимагає обов'язкового використання реєстраторів розрахункових операцій (РРО/ПРРО). З 1 серпня 2025 року за непроведення операції через РРО або не видачу фіскального чека накладається штраф у розмірі 100% вартості товару за перше порушення та 150% за кожне наступне [6].

Необхідна фіксація назви, коду УКТ ЗЕД та ціни для підакцизних товарів (штраф за порушення — 5100 грн).

## *4. Захист прав споживачів*

Закон № 1023-ХІІ "Про захист прав споживачів" [7]. Визначає загальні правові, економічні та соціальні основи захисту прав громадян-споживачів продукції (товарів, робіт, послуг), а також встановлює обов'язок продавця (виробника, виконавця) передати споживачеві продукцію належної якості та надати про неї інформацію. Zobov'язує заклади надавати продукцію належної якості та вичерпну інформацію про неї. Порушення прав споживачів може призвести до штрафів до 320 000 грн або судових позовів,

де тягар доказування відсутності вини лежить на самому закладі. Бізнес несе відповідальність за куріння клієнтів (включаючи кальяни) у приміщеннях, що загрожує штрафами безпосередньо власнику.

#### *5. Організаційні правила та соціальні стандарти*

Наказ Мінекономіки № 219 встановлює «Правила роботи закладів ресторанного господарства» [8], які визначають загальні вимоги до обслуговування, асортименту та технічного оснащення. Порушення правил оформлення працівників (допуск без договору) карається штрафами від 80 000 до 240 000 грн. З жовтня 2025 року для отримання ліцензії впроваджуються вимоги щодо мінімального розміру середньої зарплати в закладі.

Дотримання законодавчої бази забезпечує закладу «міцну позицію на ринку», довіру клієнтів та інвесторів, а також дозволяє уникнути примусової зупинки роботи чи банкрутства через непередбачені штрафи.

### **1.4. Концептуальні основи барної справи**

Наукові дослідження чітко окреслюють цифрову трансформацію як ключовий вектор розвитку барної справи та ширшої індустрії гостинності, приділяючи значну увагу інтеграції технологічних рішень для оптимізації операцій та поглиблення клієнтського досвіду.

Науковці (зокрема роботи Головні О. М., Лопатюк Р. І., Постової В. В. та Ставської Ю. В.[9-13]) зосереджені на стратегічному впровадженні CRM-систем. Ці роботи підкреслюють, що CRM є інструментом для персоналізації обслуговування та покращення клієнтського досвіду; автоматизації внутрішніх бізнес-процесів з урахуванням специфіки локального ринку; ефективного збору та аналізу даних для прийняття рішень.

Загальний висновок українських дослідників полягає в тому, що синергія сучасного обладнання та CRM-систем забезпечує конкурентну перевагу, сприяючи зниженню операційних витрат та підвищенню

задоволеності гостей.

Глобальні наукові тенденції (як, наприклад, у працях O'Brien F. A. та Meadows M. [14]) розглядають цифрову трансформацію в більш широкому контексті. Вони досліджують інтеграцію інноваційних технологій, включаючи штучний інтелект (AI), машинне навчання та Інтернет речей (IoT), як основу для створення динамічних платформ обслуговування та стратегічного планування. Ці платформи використовують аналітику великих даних для комплексного управління бізнес-процесами, що дозволяє оперативно реагувати на змінні запити споживачів.

Спільний аналіз українського та міжнародного наукового доробку підтверджує, що для досягнення стійкого розвитку галузі необхідний комплексний, поетапний підхід до цифрової трансформації. Цей підхід має поєднувати глобальні технологічні стандарти з локальними адаптаціями, стимулюючи економічну ефективність підприємств та інноваційний розвиток сфери гостинності.

Бар, як спеціалізований суб'єкт ресторанного господарювання, функціонально призначений для реалізації алкогольних, безалкогольних та змішаних напоїв, а також страв і закупівельних товарів, переважно з організацією споживання на місці через барну стійку. Його діяльність не обмежується лише наданням послуг харчування, але й охоплює широкий спектр супутніх сервісів, які демонструють стійку тенденцію до експансії. У цьому контексті, дослідження та забезпечення подальшого розвитку сучасної барної справи в українському ресторанному бізнесі набуває особливої актуальності.

Сучасний ринок барних послуг виходить за межі суто якісної продукції та культури обслуговування. Простежується глобальна та національна тенденція до концептуальної трансформації закладів, що належать до типу барів. Ця динаміка виявляється у створенні закладів, які вирізняються унікальними архітектурними та дизайнерськими рішеннями, нетрадиційним місцем розташування в міській інфраструктурі та

вузькоспеціалізованим асортиментом. Спеціалізація охоплює не лише алкогольну та безалкогольну карти, але й позиції меню, орієнтовані на конкретні ніші. Інноваційна динаміка також поширюється на технологію виробництва змішаних напоїв, включаючи впровадження елементів молекулярної міксології, а також на процеси обслуговування гостей, включно з механізмами розрахунку. Комплексний вплив цих інновацій суттєво детермінує розвиток барної справи та ресторанного господарства загалом.

Підприємства ресторанного господарства можуть бути диференційовані на дві основні категорії: перші виконують суто кулінарну функцію (забезпечення харчування); другі, окрім цієї, виконують низку соціально-психологічних функцій, які трансформуються відповідно до етапів розвитку суспільства та потреб різних соціальних верств. До таких функцій належать організація дозвілля, підтримання соціального статусу, а також поширення інформації. Таким чином, витрати клієнтів на відвідування бару мають бути виправдані реалізацією їхніх додаткових соціальних запитів.

З огляду на високу інтенсивність сучасного життя та поширеність стресових станів серед населення, бар набуває функції механізму психоемоційної декомпресії. Хоча процес споживання їжі автоматично знижує рівень стресу, для досягнення помітного та суттєвого ефекту необхідна додаткова корекція стану відвідувача, яка може включати релаксаційні та тонізуючі прийоми. Засобами такої корекції виступають елементи дизайну бару, використання ароматерапії (живі квіти, спеціальні курильниці) та декоративних елементів (наприклад, вогонь у каміні) [15, 16].

Зараз, як ніколи раніше, гості очікують від кафе та ресторанів більше, ніж просто смачної їжі – вони шукають атмосферу, яка захоплює та надихає. Дизайн інтер'єру кафе та ресторанів відіграє ключову роль у залученні клієнтів і формуванні загального враження про заклад. На сьогодні акценти

зміщуються з простого функціонального оформлення до створення унікальних атмосфер, які резонують з сучасними споживачами. Естетика, що приваблює – дизайн створює перше враження, що часто визначає, чи заїде відвідувач у заклад. Комфорт, що затримує – клієнти готові проводити більше часу в ресторані, якщо він забезпечує комфортне та стильне середовище. Ідентичність бренду – дизайн має бути частиною загальної концепції бізнесу, відображати його цінності, стиль та специфіку.

В Україні, де конкуренція в ресторанній сфері зростає, якісний та продуманий дизайн стає не розкішшю, а необхідністю для залучення та утримання клієнтів. З огляду на зростання споживчого попиту на естетично привабливі заклади, інвестиції у дизайн можуть окупитися швидше, ніж здається на перший погляд. Основними ключовими аспектами дизайну, що впливає на успіх закладу є зони відпочинку, освітлення, акустика.

Сучасні тренди в дизайні орієнтовані на створення затишної, функціональної та водночас унікальної атмосфери. Дизайнери працюють не лише з візуальною естетикою, але й з концептуальним складником, де кожен елемент підкреслює ідею закладу. Основними концепціями в дизайні є: мінімалізм, сталий розвиток, ергономіка, індустриальний стиль, максималізм, персоналізація, колірні тенденції, сучасний дизайн (табл. 1.1) [16].

Таблиця 1.1 – Сучасні тренди в дизайні закладів ресторанного господарства

Напрямок тренду	Основні переваги
Мінімалізм	Дозволяє зосередитися на ключових деталях концепції, підкреслює чистоту ліній та забезпечує збалансоване використання простору без перевантаження.
Сталий розвиток (Еко-дизайн)	Підтримує екологічні цінності споживачів, додає природної естетики через використання натуральних матеріалів та енергоефективних рішень.

Напрямок тренду	Основні переваги
Ергономічний дизайн	Забезпечує максимальну зручність для відвідувачів, легкість переміщення та продуману навігацію всередині закладу.
Індустріальний стиль	Створює автентичну та «брутальну» атмосферу за допомогою відкритих конструкцій та необроблених текстур (бетон, цегла).
Максималізм	Формує яскравий, живий простір, що надовго залишається в пам'яті гостей завдяки насиченості кольорів, текстур та багатошаровості декору.
Персоналізований дизайн	Підвищує впізнаваність бренду, забезпечує конкурентну перевагу та створює унікальний досвід, що відображає індивідуальні цінності закладу.
Колірні тенденції	Прямо впливають на емоційний стан клієнтів, забезпечуючи комфорт та стимулюючи бажання довше перебувати в закладі.
Багатофункціональність та технологічність	Дозволяє економити простір через гнучкі зони, що адаптуються під різні формати роботи, та підвищує функціональність закладу за допомогою цифрових елементів.

Виконано автором на основі [16]

- *Мінімалізм* не втрачає актуальності, оскільки дозволяє зосередитися на основних деталях і відвернути від зайвого. Проте це не означає, що мінімалізм – це лише прості форми і холодні кольори. Навпаки, дизайнери використовують мінімалізм для підкреслення ключових елементів концепції закладу: чіткі лінії та прості форми, нейтральна колірна палітра з акцентами, збалансоване використання простору без перевантаження деталями.

- *Зростання інтересу до сталого розвитку* в Україні відображається і в інтер'єрі кафе та ресторанів. Використання натуральних матеріалів, таких як дерево, камінь та метал, не тільки підтримує екологічні цінності, але й додає природної естетики. Еко-дизайн стає невіддільною частиною сучасних кафе та ресторанів, особливо в контексті висхідної екологічної

свідомості українських споживачів. Багато закладів у великих містах, таких як Київ чи Одеса, почали відмовлятися від одноразового пластику, впроваджуючи рішення, що мінімізують негативний вплив на довкілля: перероблені та натуральні матеріали, зелені зони та озеленення приміщень, енергоефективні рішення.

- *Ергономічний дизайн.* Сучасний дизайн інтер'єру орієнтується на потреби відвідувачів. Простір повинен бути не тільки красивим, але й зручним для користування. Наприклад, ергономічність меблів, легкість переміщення між столиками, продумана навігація для гостей – усе це стає ключовими аспектами в успішному проектуванні закладу.

- *Індустріальний стиль характеризується використанням бруталних матеріалів (бетон, цегла, незавершені стіни), металеві елементи, відкриті стельові конструкції (відкриті вентиляційні труби, металеві балки, грубі стельові елементи), ретро і вінтаж*

- *Максималістичний дизайн.* На противагу мінімалізму, максималізм пропонує інтер'єри, наповнені яскравими кольорами, складними візерунками та насиченими декоративними елементами. Це тренд для тих, хто хоче створити яскравий, живий простір, який залишатиметься в пам'яті відвідувачів надовго: насичені кольори та текстури, багат шаровість у декорі, незвичайні деталі.

- *Персоналізований дизайн.* У світі кафе та ресторанів персоналізація стає одним із ключових елементів успіху. Відвідувачі більше не шукають просто місце для їжі — вони хочуть унікального досвіду, який вирізнятиме один заклад від іншого. Персоналізований дизайн допомагає бізнесам вирізнитися на тлі конкурентів, відобразити індивідуальність бренду та створити атмосферу, яка підкреслює цінності закладу. Бренд у дизайні можна відобразити в логотипах та фірмових кольорах, концептуальних рішеннях для підкреслення унікальності, персоналізованих меблях та декорі. Перевагами персоналізованого дизайну є підвищення впізнаваності бренду, конкурентна перевага, гармонія між дизайном та концепцією.

- *Колірні тенденції* в інтер'єрі кафе та ресторанів [15]. Колір відіграє важливу роль у створенні атмосфери будь-якого закладу. Від вибору палітри залежить, чи будуть клієнти відчувати себе комфортно, скільки часу вони захочуть провести в закладі та навіть які емоції переживатимуть під час візиту. У цьому році актуальні кольорові рішення поєднують природні відтінки з яскравими акцентами. Основними колірними трендами є природні та заспокійливі тони, яскраві акценти, монохромні схеми.

- *Сучасний дизайн* кафе та ресторанів усе частіше орієнтується на створення гнучких, багатофункціональних зон, що можуть легко адаптуватися до різних потреб гостей та зміни форматів роботи закладу. Це дозволяє закладам економити простір, а також забезпечити комфортне середовище для різноманітних типів клієнтів. Технології стають невіддільною частиною сучасного дизайну кафе та ресторанів, допомагаючи створювати інноваційні рішення як для декору, так і для обслуговування клієнтів. Впровадження цифрових елементів дозволяє не тільки підвищити функціональність закладу, але й забезпечити унікальний досвід для відвідувачів.

Технологічними рішеннями у сучасному дизайні є (табл.1.2) [15, 16]:

- *Інтерактивні екрани та проєкції*. У ресторанах усе частіше використовуються екрани для демонстрації меню, інформації про страви або інтерактивних елементів декору. Інтерактивні панелі дозволяють клієнтам самостійно переглядати меню, робити замовлення або дізнаватися більше про страви. В Україні подібні технології стають популярними в закладах преміум-сегменту та інноваційних кафе.

- *Розумні системи освітлення*. Освітлення в сучасних кафе може автоматично підлаштовуватися під час доби або події в закладі. Системи, які регулюють яскравість, колір або навіть температуру світла, дозволяють створити потрібну атмосферу без ручного втручання.

Таблиця 1.2 – Характеристика інноваційних технологічних рішень в дизайнах

Технологія	Функція	Переваги
Інтерактивні екрани	Самостійне переглядання меню та замовлення	Підвищення інтерактивності
Розумне освітлення	Автоматична зміна світла залежно від часу доби	Створення комфортної атмосфери
Проекційні інсталяції	Візуальні ефекти для подій та презентацій	Унікальний елемент декору

Створено автором на основі джерел [15, 16]

- QR-коди та онлайн-меню. Під час пандемії COVID-19 ресторани почали активно використовувати QR-коди для доступу до меню та безконтактного замовлення. Цей тренд залишається актуальним і сьогодні, оскільки спрощує взаємодію клієнтів із закладом, зменшуючи час очікування офіціанта.

Перевагами використання інноваційних технологій є:

- Покращення обслуговування клієнтів: інтерактивні екрани та QR-коди прискорюють процес замовлення та покращують враження від візиту.
- Економія на персоналі: автоматизація процесів зменшує потребу в офіціантах, особливо в часи пікового навантаження.
- Залучення молодіжної аудиторії: технологічні рішення стають важливим компонентом для залучення молоді, яка очікує сучасного сервісу та інтерактивності.

Кожен з цих трендів допомагає підприємцям створювати комфортні, сучасні й функціональні простори, що відповідають потребам як сучасних клієнтів, так і бізнесу в умовах високої конкуренції.

Ринок громадського харчування в Україні розвивається стрімко, і тенденції в дизайні кафе та ресторанів постійно змінюються. Інтер'єри

стають не лише місцем для їжі, а й частиною цілого досвіду, що резонує з сучасними клієнтами. У майбутньому можна очікувати подальшого розвитку кількох ключових напрямків.

Прогнози щодо майбутніх трендів вказують на подальший розвиток екологічного дизайну, зростання попиту на локальні акценти та інтеграцію новітніх технологій,

## **РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В РОЗВИТОК БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ**

### **2.1. Роль інновацій в барній справі в сучасному житті**

Науковці надають барам важливе місце у структурі суспільного життя, визначаючи їх як «третє місце». Ця концепція, розроблена Реєм Ольденбургом, описує соціальне оточення, яке є відокремленим від дому (перше місце) та роботи (друге місце). Згідно з цією теорією, бари, таверни, кафе та клуби є «якорями» громадського життя. Наукові праці стверджують, що третє місце є фундаментальними для місцевої демократії та життєздатності громади. Вони є необхідними просторами, де люди можуть знайти та відсортувати один одного, долаючи бар'єри соціальних відмінностей. Ці заклади функціонують як «справжній соціальний розчинник» (social solvent), сприяючи спілкуванню та взаємодії. У контексті сучасних соціальних викликів, подальші дослідження розглядають третє місце як відповідь на проблему самотності, політичної поляризації та підвищення стійкості громади [22].

Якщо бари виконують таку критичну соціальну функцію, то їхній розвиток та економічна стійкість не можуть бути оцінені виключно через призму ринкової ефективності. Виникає необхідність у збалансованому підході, де економічне управління має бути інтегроване із соціальною відповідальністю. Це означає, що оцінюючи розвиток барної справи, потрібно враховувати соціальний внесок закладу, включаючи його роль у зміцненні громади, а не лише традиційні показники прибутковості.

Сучасний розвиток барної індустрії характеризується зростанням сегмента крафтових коктейльних барів, що вимагає розгляду процесу професіоналізації персоналу. Науковці розглядають крафтових барменів як унікальний приклад професійної окупаційної професіоналізації [23].

Цей рух відрізняється тим, що професіоналізм визначається не формальними, акредитованими стандартами чи високим доходом, а

соціологічними концептами *капіталу* - майстерністю, знаннями, репутацією та соціальною взаємодією. Бармен у цьому контексті є не просто оператором, а ключовим елементом, що забезпечує якість обслуговування та створює клієнтський досвід, що вимагає високих стандартів професійної етики. Процес приготування напоїв, взаємодія між співробітниками та гостями стають об'єктом соціологічного вивчення, що дозволяє визначити, що саме, окрім технічних навичок, робить крафтового бармена професіоналом.

Технологічна інтеграція є ключовим вектором розвитку барної справи. Центральне місце в операційній діяльності займають системи Point of Sale (POS). Ці системи являють собою мережу терміналів, які обробляють замовлення на їжу та напої, передають їх до бару, здійснюють розрахунок гостей, облік робочого часу та інтерактивне розміщення витрат. Мобільні POS-термінали, відомі також як ручні термінали, додатково підвищують ефективність обслуговування, дозволяючи персоналу приймати замовлення безпосередньо за столом [24].

Окрім фронт-офісних функцій, автоматизація критично важлива для бек-офісу. Програмне забезпечення для обліку, доступне в Україні, забезпечує системний контроль над бізнесом в онлайн-режимі. Функції включають складський облік, ведення детальної статистики та надання рекомендацій до закупівлі, що є незамінним для ефективної праці бухгалтера та бармена. Керівники закладів визнають цінність технологій і планують збільшити інвестиції у рішення, спрямовані на підвищення операційної ефективності (52% операторів), зокрема для контролю інвентарю та автоматизації back-office функцій, таких як зарплата, фінанси та податкова відповідність [25, 26].

Глобальний дефіцит робочої сили стимулює зростаюче впровадження інноваційних технологій, включаючи роботизацію та штучний інтелект (AI), для оптимізації операцій та автоматизації різноманітних завдань. Роботизовані системи, такі як AI-кавові машини та смарт-кіоски, вже

забезпечують цілодобове неконтактне обслуговування, надаючи послідовну, майстерну якість приготування напоїв. Це рішення є привабливим для бізнесів, які прагнуть ефективності та гігієнічного клієнтського досвіду [27, 28].

Штучний інтелект та автоматизація викликають значний зсув у вимогах до професійних навичок. Згідно з академічними дослідженнями, зростає попит на «АІ-грамотність» — здатність ефективно використовувати інструменти ШІ та керувати ними. Хоча спеціалізовані та легко автоматизовані навички можуть бути замінені, міжособистісні навички, такі як комунікація, переговори та вирішення проблем, залишаються критично важливими і еволюціонують у партнерстві з агентами та роботами. Це свідчить про те, що технологія не замінює бармена повністю, а перепрофілює його на більш складні соціальні та креативні функції [29].

Автоматизація рутинних завдань, як-от облік або базове приготування напоїв, забезпечує не лише економію коштів та підвищення ефективності, але й звільняє людський персонал від монотонної роботи. Це дозволяє співробітникам бару зосередитися на створенні високоякісного клієнтського досвіду та посиленні їхньої ролі як «соціального розчинника», що є фундаментальною суттю бару як «Третього місця». Таким чином, технології стають інструментом для збереження та посилення соціального капіталу закладу [30].

Крім операційної ефективності, технології активно використовуються для прямого впливу на клієнтський досвід (CX) та збільшення продажів. Інвестиції у технології, спрямовані на підвищення трафіку та продажів (наприклад, цифровий маркетинг, системи лояльності/винагород), є пріоритетом для більшості операторів [31].

Інноваційні рішення, такі як мобільне замовлення та автоматизовані диспенсери, підвищують зручність обслуговування та задоволеність клієнтів. Найважливішим аспектом є використання даних. Автоматизовані системи дозволяють збирати та аналізувати дані про поведінку споживачів,

демографічні уподобання та ефективність цільових маркетингових ініціатив. Це дає змогу бізнесу в умовах ринкового насичення адаптуватися, розуміти потреби клієнтів і, як наслідок, покращувати їхнє утримання та конкурентоспроможність [32].

Однією з найбільш значущих сучасних тенденцій, що формують розвиток барної справи, є зростаюча орієнтація споживачів на здоровий спосіб життя (HLS) та правильне харчування. Ця тенденція призвела до зростання попиту на безалкогольні та слабоалкогольні напої (No/Low-ABV). Сучасні барні програми активно включають до складу таких напоїв функціональні інгредієнти, що значно розширює асортимент та безпосередньо задовольняє цей споживчий попит [33].

Впровадження інноваційних барних програм, заснованих на функціональних інгредієнтах, стає актуальним об'єктом дослідження, оскільки це безпосередньо впливає на конкурентоспроможність готельно-ресторанного закладу. З точки зору психології споживання, вибір товарів та послуг може бути пов'язаний із прагненням клієнтів до самоідентифікації та приналежності до певної групи, наприклад, до групи людей, які піклуються про своє здоров'я.

У висококонкурентному середовищі, де ринок барів та ресторанів характеризується насиченням, академічні дослідження підтверджують, що пропонування лише якісної продукції вже недостатньо для успіху. Виживання та розширення бізнесу залежать від глибокого розуміння потреб клієнтів та здатності забезпечити повний, високоякісний досвід.

Сучасний успіх визначається не тільки якістю напоїв, але й якістю обслуговування, привабливою атмосферою (ambiance) та персоналізованими підходами. Заклади повинні адаптуватися, щоб пропонувати різноманітність опцій та сучасні зручності, які бажають клієнти. Дослідження клієнтської поведінки, використання соціальних медіа (TikTok, Instagram) та аналіз демографічних уподобань є життєво

важливими для розробки цільових маркетингових ініціатив, які підвищують лояльність та утримання клієнтів.

Потреба споживача у здоров'ї та індивідуальному підході створює новий виклик, який може бути вирішений за допомогою технологій. Аналіз даних та автоматизовані системи можуть бути використані для точного управління функціональними інгредієнтами (наприклад, відстеження калорійності або алергенів) та пропонування персоналізованих, здорових коктейлів. Це призводить до формування нової операційної моделі, де функціональна міксологія підтримується даними, що забезпечує як ефективність, так і відповідність сучасним трендам HLS [34].

Отже, сучасні академічні дослідження визначають бар як фундаментальне «третє місце», що виконує роль соціального якоря та сприяє зміцненню життєздатності громади через подолання соціальних бар'єрів. Процес професіоналізації у крафтовому сегменті зміщує акценти з формальних стандартів на соціологічний капітал та етику бармена, перетворюючи його на ключового архітектора унікального клієнтського досвіду. Цифрова трансформація, зокрема впровадження POS-систем та штучного інтелекту, дозволяє автоматизувати рутинні операції, звільняючи персонал для виконання складних творчих і комунікативних функцій. Орієнтація споживачів на здоровий спосіб життя (HLS) зумовлює необхідність інтеграції функціональних інгредієнтів у барні програми, що стає вагомим чинником підвищення конкурентоспроможності закладу. У висококонкурентному середовищі успіх бізнесу залежить від здатності закладу гармонійно поєднувати технологічну персоналізацію та аналіз даних із створенням глибокої емоційної атмосфери й автентичного сервісу.

## **2.2. SWOT-аналіз барної справи в контексті інноваційних можливостей.**

SWOT-аналіз є ключовим інструментом стратегічного планування, який дозволяє ідентифікувати внутрішні та зовнішні фактори, що

впливають на інноваційний розвиток підприємства. У барній справі цей аналіз фокусується на здібностях закладу генерувати та впроваджувати нові продукти, процеси та концепції [36].

## 1. Сильні сторони (Strengths)

Внутрішні фактори, які сприяють інноваційній діяльності (табл.2.1):

Таблиця 2.1 – Сильні сторони барної справи

№	Фактор	Обґрунтування в контексті інновацій
S1	Креативний людський капітал	Висока кваліфікація та мистецтво бартендерів, які є безпосередніми розробниками продуктових інновацій (нових коктейлів, рецептур)
S2	Гнучкість та швидкість адаптації	Порівняно невеликий розмір підприємств HoReCa (за винятком мереж) дозволяє швидко тестувати та впроваджувати нові ідеї (наприклад, змінювати сезонне меню або запускати новий маркетинговий формат).
S3	Прямий та постійний контакт зі споживачем	Дає можливість швидко отримувати зворотний зв'язок (Feedback) та миттєво реагувати на ринковий попит, що відповідає концепції ринкового попиту (Market Pull).
S4	Наявність технологічної бази	Базові технологічні інновації (POS-системи, QR-меню), які мінімізують операційні витрати та покращують клієнтський досвід

Виконано автором на основі джерел [36, 37]

## 2. Слабкі сторони (Weaknesses)

Внутрішні обмеження, які перешкоджають інноваційному розвитку (табл.2.2):

Таблиця 2.2 – Слабкі сторони барної справи

№	Фактор	Обґрунтування в контексті інновацій
W1	Висока плинність кадрів (Staff Turnover)	Часта зміна персоналу ускладнює акумуляцію унікальних знань, а також впровадження та підтримку складних організаційних чи технологічних інновацій
W2	Залежність від імпорту	Значна частина ключових інгредієнтів (алкоголь, екзотичні фрукти) є імпортною, що створює цінові ризики та ускладнює інновації, орієнтовані на зниження собівартості.
W3	Обмежені фінансові ресурси на R&D	Відсутність спеціалізованих R&D-бюджетів, властивих великим виробничим підприємствам. Інновації здебільшого фінансуються з поточного прибутку.

Виконано автором на основі джерел [36,37]

### 3. Можливості (Opportunities)

Зовнішні фактори, які можна використати для інноваційного розвитку (табл. 2.3):

Таблиця 2.3 – Можливості розвитку барної справи

№	Фактор	Обґрунтування в контексті інновацій
O1	Розвиток діджиталізації	Можливість впровадження Big Data-аналізу, штучного інтелекту для прогнозування попиту та створення персоналізованих пропозицій (CRM-системи)
O2	Тренд на здоровий спосіб життя (Low/No-Alcohol)	Створення нового ринкового сегмента, який вимагає розробки унікальних продуктів та технологій (безалкогольна ферментація, дистиляція)
O3	Локалізація та крафтове виробництво	Співпраця з локальними виробниками (сиropи, крафтові дистиляти) для зменшення залежності від імпорту та створення унікальних, локально орієнтованих продуктових інновацій.
O4	Розвиток імерсивного досвіду	Впровадження інновацій в атмосферу (AR/VR-елементи, інтерактивні інсталяції), які підвищують цінність послуги.

Виконано автором на основі джерел [36, 37]

### 4. Загрози (Threats)

Зовнішні фактори, які можуть негативно вплинути на інноваційну діяльність (табл.2.4):

Таблиця 2.4 – Загрози в розвитку барної справи

№	Фактор	Обґрунтування в контексті інновацій
T1	Макроекономічна нестабільність	Зниження купівельної спроможності споживачів призводить до скорочення витрат на дозвілля, що зменшує фінансові можливості для інвестицій в інновації
T2	Висока конкуренція	Легкість імітації успішних інновацій конкурентами (швидке копіювання рецептів та концепцій).
T3	Регуляторні та податкові ризики	Зміна законодавства щодо акцизів або ліцензування може нівелювати економічний ефект від впроваджених інновацій.

Отже, стратегічний потенціал бару базується на синергії креативності персоналу та операційної гнучкості бізнесу. Впровадження штучного інтелекту та коктейльних програм для здорового способу життя створюють ключові можливості для зростання. Висока плинність кадрів зумовлює необхідність пріоритетної автоматизації рутинних операцій для збереження

стабільної якості сервісу. Макроекономічна нестабільність та ризик імітації концепцій вимагають від закладів формування унікального імерсивного досвіду. Локалізація ланцюгів постачання дозволяє мінімізувати фінансові ризики та створювати автентичні продуктові інновації. Довгострокова стійкість бізнесу залежить від утвердження закладу як соціально значущого «третього місця».

### 2.3. Інноваційна діяльність барів України

Аналіз інноваційної діяльності провідних барів України є необхідним для формування стратегій виживання та розвитку бізнесу в умовах високої ринкової конкуренції та кризових викликів. Основні причини доцільності такого аналізу включають можливість підвищення економічної ефективності, масштабування кращих практик, адаптація до споживчих трендів, стійкість у складних умовах, баланс між сервісом та автоматизацією.

На основі аналізу фіналістів номінації «Тематичний бар» премії Ukrainian Bar Awards 2020, представлених у матеріалі PostEat, сформовано перелік провідних закладів з їхніми особливостями та інноваційними підходами [38] (табл.2.5).

Таблиця 2.5 - Фіналісти Ukrainian Bar Awards 2020 (Номінація «Тематичний бар»)

Назва закладу	Місцезнаходження	Які інновації/особливості використовують	Відгуки та оцінка (голоси)
ZELDA BAR (Переможець)	Одеса, вул. Ланжеронівська, 26	Перший концептуальний абсент-бар; 30+ видів абсенту; ритуал La Louche; поєднання бару з ювелірним шоурумом (AGANA)	108 голосів; "місце з унікальною атмосферою 20-х років"
Bar Baczewski	Львів, Шевська, 8	Відновлення галицької культури; власні наливки за старовинними рецептами; коктейлі на основі львівських легенд	92 голоси; "майстерне поєднання історії та сучасної міксології"

Назва закладу	Місцезнаходження	Які інновації/особливості використовують	Відгуки та оцінка (голоси)
Milano Torino Vermuteria	Київ, вул. Прорізна, 6	Перша вермутерія в Україні; вузька спеціалізація на коктейлях на основі вермуту; автентичний італійський стиль	73 голоси; "шматочок Турина в центрі Києва"
Hendrick's bar	Київ, вул. Б. Хмельницького, 42	Формат Hidden bar (прихований бар); концепція «коктейлів-мандрівників» з усього світу; освітні майстер-класи	65 голосів; "атмосферне місце для справжніх поціновувачів"
Alchemist Bar	Київ, вул. Шота Руставелі, 12	Тематика алхімії; коктейльна карта за типом базового алкоголю; акцент на вініловий звук та живу музику	50 голосів; "містичне поєднання інгредієнтів та настрою"
Протагонист	Харків, вул. Римарська, 10	Дизайнерський інтер'єр (Balbek Bureau); фокус на соціальну взаємодію; контактна барна стійка	48 голосів; "простір для живого спілкування без бар'єрів"
Bar Acacia	Дніпро, вул. Центральна, 16	Розгашування у 130-річній будівлі зі збереженням автентичних текстур; доставка авторських коктейлів	43/47 голосів; "камерна атмосфера та стильний інтер'єр"
Podil East India Company	Київ, вул. Межигірська, 9	4 концептуальні зали за регіонами Азії; авторські безалкогольні мікси; спеціалізація на індокитайській кухні	43/44 голоси; "висока концептуальність та продуманість деталей"
Contrabanda Bar	Чернівці, вул. Вірменська, 26	Лофт-стиль; концепція "підпільного" бару; доставка коктейлів на основі міцного алкоголю	40/42 голоси; "атмосферний бар з танцями та крафтовими міксами"
N::B Cocktails Bar	Київ, вул. Михайлівська, 13	Концепція «шматочок Японії»; унікальна колекція японського віскі (Nikka bar); японська міксологія	38 голосів; "рай для фанатів японського віскі та мінімалізму"

Створено автором на основі джерела [38]

Аналіз фіналістів дозволяє виділити чотири основні типи інновацій, що використовуються для розвитку барної справи в Україні:

### 1. Продуктова та нішева спеціалізація:

- ZELDA BAR та Milano Torino Vermuteria використовують інновацію через "вузьке фокусування". Створення першої вермутерії або

спеціалізованого абсент-бару дозволяє закладу стати експертом у конкретній категорії, що приваблює лояльну аудиторію та спрощує управління запасами.

- N::B Cocktails Bar застосовує цей підхід до географічної ніші (Японія).

### *2. Технологічна міксологія та ревіталізація рецептур:*

- Bar Waszewski впроваджує інновації, модернізуючи стародавні рецепти наливок та легенд. Це створює унікальну торгову пропозицію (USP), яку неможливо скопіювати, оскільки вона базується на локальному культурному капіталі.

### *3. Форматні та просторові інновації:*

- Hendrick's bar використовує формат "hidden bar", що створює ефект ексклюзивності.

- Протагонист фокусується на архітектурній інновації (дизайн від Balbek Bureau), де простір спроектований спеціально для стимулювання соціальної взаємодії через "контактну" стійку.

- Podil East India Company використовує мультиконцептуальність (4 зали — 4 різні атмосфери в межах одного закладу).

### *4. Колаборації та гібридні бізнес-моделі:*

- ZELDA BAR демонструє найбільш радикальну інновацію, поєднуючи бар із ювелірним шоурумом. Це розширює клієнтську базу та збільшує час перебування гостя в закладі, створюючи "експертний досвід" на межі моди та алкогольної культури.

- Bar Asacia та Contrabanda Bar адаптували свої моделі під сучасні умови через розвиток сервісів доставки авторських та крафтових коктейлів, що забезпечує гнучкість бізнесу.

## **2.4. Інноваційна діяльність барів м.Івано-Франківська**

Всього є близько 34 бари у м.Івано-Франківськ [39]. На основі даних каталогу [places.in.ua](http://places.in.ua), кількість барів, пабів та лаунж-закладів Івано-

Франківська за мікрорайонами (районами) розподіляється наступним чином (табл.2.6).

Таблиця 2.6 - Аналіз концентрації розташування барів, пабів м.Івано-Франківська по мікрорайонах

Мікрорайон	Кількість закладів (бари/паби/лаунж)	Ключові заклади
Центр	12	Copper Head, Mixologia, SISTEMA, REES Lounge, Thompson Speak Easy, Franklin Lounge, П'ятниця 2.0, Легенда Паб та інші
Каскад	6	Zajebisty Piwo, Carpathians, Kabuki, Loka23, Gusto, On the Cascade
БАМ	5	Tost, Goryanka, Babusini Kuchnia, Prostir, Farine
Пасічна	4	Beer Paradise, Grill-restaurant «Vulik», Суші-бар (вул. Пасічна, 2а), Десерт-бар (вул. Пасічна, 15Б)
Позитрон	4	Shaurma Americano, Food House, Veles Mall, Kawiarnia-Jadalnia Borsch
Галицький	2	Beer Point Bar, Green Bar Restaurant
Промприлад	1	PromBar
Княгинин	1	Gallery Lounge Art

Виконано автором на основі джерела [39]

Найбільша концентрація барної інфраструктури (близько 35%) зосереджена в Центральній частині міста, що пояснюється високим туристичним потоком та діловою активністю.

Другим за кількістю закладів є район Каскад, де розвинена культура локальних пабів та більярдних клубів. Райони БАМ, Пасічна та Позитрон мають приблизно однакову кількість закладів, які здебільшого орієнтовані на мешканців спальних масивів і часто поєднують формати бару з кафе чи рестораном швидкого харчування.

Інноваційні майданчики, такі як PromBar на території «Промприладу», виділяються в окрему категорію через свій специфічний формат на базі ревіталізованих промислових зон.

На основі аналізу доступних даних про заклади Івано-Франківська, наведено інформацію про найбільш відомі бари та паби, що впроваджують інноваційні підходи у своїй діяльності (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Аналіз впровадження інновацій в барах м.Івано-Франківська

Назва бару	Місцезнаходження	Адреса сайту	Додаткові послуги	Оцінка по відгуках	Види інновацій
PromBar	вул. Української Перемоги, 23	<a href="http://promprylad.ua">promprylad.ua</a>	Спеціаліті кава, вишукані коктейлі та десерти	Висока (у складі мережі "23 ресторани")	Автоматизація Syrve, AI-помічник Postie для обліку та меню
Copper Head. Beer Workshop	вул. Гетьмана Мазепи, 6	<a href="http://copperhead.beer">copperhead.beer</a>	WiFi, активна барна стійка, власна міні-пивоварня, трансляції	5.0 (на основі фахових рейтингів)	Власна броварня, хоспер-технології приготування, крафтові експерименти
Urban Space 100	вул. М. Грушевського, 19	<a href="http://urbanspace.if.ua">urbanspace.if.ua</a>	Крамниця, майданчик для подій та презентацій, коворкінг	Висока (успішний громадський проект)	Соціальне підприємництво, краудфандинг (100 меценатів), інклюзивний простір
ГОСТ бар (GOST bar)	вул. Леся Курбаса, 5	<a href="http://bestrest.com.ua">bestrest.com.ua</a>	Ретро-інтер'єр, домашні страви, демократичні ціни	"Неймовірна атмосфера", "як вдома"	Перший у місті онлайн-бар з відеочатом для відвідувачів
Biblioteka Pub	вул. Січових Стрільців, 10	<a href="http://choiceqr.com">choiceqr.com</a>	Велика колекція віскі, бюджетні ціни, WiFi	10.5 (дуже добре)	Цифрове QR-меню ChoiceQR, мобільний додаток із кешбеком "5НИЦЯ"
Panorama Pub International	Північний бульвар, 2а	<a href="http://bestrest.com.ua">bestrest.com.ua</a>	Найбільша барна стійка міста, жива музика	10.5 (дуже добре)	Власне виробництво пива безпосередньо у закладі

Використання інновацій у барній справі Івано-Франківська можна розділити на кілька стратегічних напрямків:

*1. Цифрова та операційна інноваційність:*

- PromBar та мережа "23 ресторани" виступають лідерами у впровадженні хмарних систем автоматизації (Syurve/Poster). Використання штучного інтелекту (Postie AI) дозволяє їм автоматизувати рутинний ввід даних, обробку накладних та банківських виписок, що значно прискорює роботу бек-офісу.

- Biblioteka Pub активно використовує цифрові інструменти для взаємодії з клієнтом — інтегровані QR-меню та системи лояльності через мобільні додатки, що дозволяє отримувати кешбек та покращує утримання клієнтів.

*2. Технологічна (виробнича) інноваційність:*

- Copper Head та Panorama Pub роблять ставку на розвиток власного виробництва (крафтове пивоваріння). Copper Head додатково інвестує в експериментальну міксологію та технології Jospet (хоспер), що дозволяє створювати унікальний гастрономічний продукт.

*3. Соціальна та комунікаційна інноваційність:*

- Urban Space 100 є унікальним прикладом соціальної інновації, де бізнес-модель базується на краудфандингу та спрямуванні 80% прибутку на розвиток міста. Це створює навколо закладу активну спільноту та забезпечує високу лояльність без традиційного маркетингу.

- ГОСТ бар реалізував інновацію у сфері соціальної комунікації, запустивши перший у місті формат онлайн-бару. Це дозволило зберегти зв'язок із клієнтами під час криз (карантину) та створити гібридний формат відпочинку, поєднуючи відеочати з реальним відвідуванням.

На основі аналізу відгуків та матеріалів, можна виділити кілька закладів, які отримали суттєві зауваження від відвідувачів через проблеми із сервісом, якістю кухні або внутрішньою атмосферою.

Найчастіше негативні відгуки стосуються таких аспектів:

- Panorama Pub Internationale: попри статус "культового", заклад отримав низку скарг на критичне падіння якості обслуговування. Відвідувачі нарікають на вкрай невічливу поведінку адміністраторів (ігнорування клієнтів, розмови по телефону в залі), невідповідність реальних інгредієнтів тим, що вказані в меню, та використання несвіжих продуктів.

- Пивний клуб «Десятка»: хоча заклад залишається одним із найпопулярніших, він потрапив у гучні скандали через незадовільний санітарний стан та випадки отруєння гостей. Відвідувачі висловлюють розчарування через невідповідність великого натовпу та очікуваного високого рівня якості, зауважуючи, що при такому потоці людей контроль за безпекою їжі має бути суворішим.

- Пасаж Гартенберг: у відгуках цей комплекс іноді описують як занадто гамірне та переповнене місце («людно та шумно»), де велика кількість людей та дітей заважає спокійному відпочинку, що робить його менш привабливим для тих, хто шукає камерної атмосфери.

Основними причинами непопулярності (або негативу) згідно з аналізом:

1. Проблеми з персоналом: грубість адміністрації або втрата харизматичних фахівців.

2. Харчова безпека: випадки отруєння та невідповідність страв опису в меню.

3. Неналежна вентиляція: дискомфорт через сигаретний дим.

4. Організаційні помилки: неефективна робота з великими групами та повільне обслуговування під час напливу клієнтів.

Негативні відгуки відвідувачів часто стають прямим наслідком помилок під час впровадження інновацій або через занадто сильний акцент на технологіях за рахунок «людського фактору». Аналіз досвіду реальних закладів дозволяють виділити кілька ключових зв'язків:

1) *Втрата емоційної цінності та персоналізації.* Автоматизація та ШІ забезпечують функціональну цінність (швидкість, точність), але не здатні замінити емоційний складник обслуговування. Наприклад, негативні відгуки про Whisky Bar, де після звільнення професійного бармена «немає чого робити», підтверджують, що в барах гості цінують саме міжособистісну взаємодію та авторський підхід, які неможливо автоматизувати.

2) *Технологічні бар'єри та дискомфорт.* Впровадження QR-меню та цифрових оплат часто викликає спротив у відвідувачів через складність інтерфейсу, проблеми з інтернетом або страх втрати приватності. Якщо заклади (як-от Пасаж Гартенберг) не забезпечують баланс між технологіями та комфортом (наприклад, через галас або погану вентиляцію), інновації не рятують репутацію.

3) *«Автоматизація хаосу» та опір персоналу.* Коли CRM-системи впроваджуються без чіткої стратегії або належного навчання, це призводить до збільшення кількості скарг на якість сервісу. Низька цифрова компетентність персоналу стає причиною роздратування адміністраторів та ігнорування потреб клієнтів, що ми бачимо у відгуках про Panorama Pub.

4) *Помилки в інноваційних системах безпеки (НАССР).* Система НАССР є обов'язковою інновацією для контролю безпеки продуктів. Проте її формальне впровадження або порушення технологічних регламентів призводять до критичних негативних відгуків про отруєння, як у випадку з пабом «Десятка». Велика кількість людей у закладі вимагає ідеальної роботи автоматизованого контролю, з чим менеджмент не завжди справляється.

5) *Зниження рівня обслуговування через фокус на доставку.* Деякі заклади впроваджують онлайн-продажі та доставку як інноваційну модель виживання, проте це часто веде до перевантаження персоналу та вигорання, що негативно впливає на гостей у залі. Наприклад, власники ГОСТ бару

зазначали, що співпраця зі службами доставки була не вигідною і вони перейшли на власні рішення, щоб зберегти контроль над якістю.

Таким чином, негативні відгуки часто сигналізують про те, що заклади використовують інновації лише як інструмент економії або швидкості, ігноруючи потребу клієнта в «третьому місці» — просторі для живого спілкування та безпечного відпочинку.

## РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ

### 3.1. Стратегічні рекомендації щодо розвитку барної справи в Україні

Науковий аналіз розвитку барної справи свідчить, що сучасна індустрія перебуває на перетині технологічної оптимізації та підвищеної соціальної відповідальності. Еволюція бару від історичної таверни-«соціального розчинника» до сучасного багатофункціонального закладу вимагає інтегрованого стратегічного підходу, що включає економічні, технологічні та соціологічні аспекти.

Розвиток галузі керується двома основними стратегічними векторами: підвищенням внутрішньої ефективності через впровадження систем Revenue Management (RRM) та автоматизації, а також посиленням зовнішньої привабливості через фокус на здоровому способі життя (HLS) та якості клієнтського досвіду.

На основі проведеного дослідження, доцільно сформулювати стратегічні рекомендації щодо розвитку барної справи в Україні. Інновації в барній індустрії можна класифікувати за чотирма основними векторами (табл. 3.1):

Таблиця 3.1 – Основні вектори інновацій

Категорія	Тип інновації	Практики використання	Напрями використання
1. Технологічні інновації	AI та автоматизація	1.1. Штучний інтелект (AI) та Big Data	Прогнозування попиту, пошук постачальників за рейтингами, динамічне ціноутворення, Chat bots для замовлень, оптимізація маршрутів доставки, роботизовані офіціанти, автоматизація розрахунку зарплат, персоналізовані системи лояльності та моніторинг відгуків.
	Новітнє обладнання	1.2. Лабораторні та роботизовані системи	Роторне випаровування (Rotovap) для збереження ароматів, ультразвукова гомогенізація (Sonicprep) для миттєвих інфузій, метод Sous-vide

Категорія	Тип інновації	Практики використання	Напрями використання
			для сиропів, роботизовані барні системи (Makr Shkr).
2. Продуктові та концептуальні інновації	Свідоме споживання та міксологія	2.1. Тренд No-Lo (No and Low Alcohol)	Впровадження безалкогольних дистилатів, використання адаптогенів, ноотропів та CBD для досягнення ефекту розслаблення без сп'яніння.
	Свідоме споживання та міксологія	2.2. Молекулярна та інф'юзна міксологія	Техніки сферифікації, жилеутворення, використання сухого льоду та рідкого азоту для зміни агрегатного стану коктейлів, кларифікація (освітлення) молока або агару.
3. Сервісні інновації	Управління клієнтським досвідом та доходами	3.0. Revenue Management (RRM)	Подолання розриву між теорією та практикою управління доходами через навчання персоналу, використання POS-систем для онлайн-контролю запасів.
	Управління клієнтським досвідом та доходами	3.1. Адаптація до HLS	Розробка довгострокових барних програм з функціональними інгредієнтами для задоволення попиту на здорове харчування.
	Управління клієнтським досвідом та доходами	3.2. Гуманізація технологій	Використання ШІ для рутинних задач з метою звільнення персоналу для міжособистісного спілкування та посилення соціальної ролі бару як «Третього місця».
	Управління клієнтським досвідом та доходами	3.3. Створення соціального контракту	Взаємодія з регуляторами для впровадження програм відповідального обслуговування алкоголем (RBS) та мінімізації соціальних ризиків.
4. Управлінські інновації	Сталий розвиток та локалізація	4.1. Концепція Zero-Waste	Створення Closed-loop коктейлів (100% використання інгредієнта), відмова від пластику, гідропоніка прямо в барі та використання їстівного посуду.
4. Управлінські інновації	Сталий розвиток та локалізація	4.2. Локаворство (Locavore movement)	Використання виключно локальних і сезонних продуктів (ягід, трав), підтримка крафтового виробництва для зменшення вуглецевого сліду.

Виконано автором

1. Технологічні інновації: AI та автоматизація [43] :

*1.1. Штучний інтелект (AI) та Big Data.* Використання штучного інтелекту в сфері HoReCa дозволяє автоматизувати та покращити будь які процеси. Стосується це маркетингу, питань логістики, оптимізації витрат та відходів, прогнозування попиту, планування закупівель, навчання персоналу тощо. Та навіть, якщо сьогодні ви не бачите переваг використання AI у вашій ніші, вже завтра ця технологія може стати вагомою конкурентною перевагою. Враховуючи стрибок розвитку технології AI та великої кількості алгоритмів, що з'явилися в останні роки на світовому ринку, цілком справедливо буде сказати, що немає такої зони роботи закладу громадського харчування, яку не можна було б удосконалити впровадженням штучного інтелекту. Найбільш прогресивні використовують його навіть для прибирання чи розробки рецептів, але в більшості це наступні сфери:

- **Прогнозування попиту.** Аналізуючи сезонність, майбутні культурні події, мінливість погоди, поведінку гостей вашого закладу або в цілому по галузі, в аналогічні періоди (святкові дні, вихідні, певні години) штучний інтелект вміє надавати прогнози попиту та пропонувати відповідні заходи по оптимізації роботи закладу: підвищення кількості персоналу, додаткові запаси продуктів, зміни в графіку роботи тощо.

- **Пошук постачальників.** Моніторингові сервіси на базі штучного інтелекту можуть аналізувати поточні ринкові ціни на продукти та класифікувати виробників за рейтингами якості, локацією та іншими показниками, що впливають на вибір постачальників. Це спрощує налагодження системи поставок відповідно потреб закладу та створення надійних резервних каналів.

- **Ціноутворення.** Система з вбудованим ШІ може аналізувати ціни конкурентів відповідно собівартості страв, пропонуючи ресторатору рішення щодо привабливого ціноутворення та варіантів комбо позицій. Це дозволяє раціонально підвищувати середній чек та отримувати прибуток.

- **Оформлення замовлень.** Використання Chat bots дозволяє зробити прийом замовлень та надання відповідей на питання клієнтів щодо страв, графіку роботи та умов обслуговування, повністю автоматизованими процесами. До того ж, такий формат може бути застосований як онлайн, так і безпосередньо у закладі, надаючи гостям варіанти взаємодії через мобільні додатки і кіоски самообслуговування, керуючись навіть з використанням голосових команд.

- **Процеси доставки.** За допомогою штучного інтелекту можна проводити аналіз локацій та розрахунок маршрутів кур'єрів, формуючи оптимальний шлях, відповідно витрат та навантаження. Також ця технологія дозволяє автоматизувати процес відстеження замовлень клієнтами.

- **Роботизовані офіціанти та працівники залу.** Прогресивні заклади вже використовують мобільних роботів з AI для виконання простих функцій в ресторані. Це не лише вивільняє персонал від рутинної роботи, а створює додаткову привабливість для гостей, що любляють прогресивні рішення.

- **Управління персоналом.** Штучний інтелект суттєво спрощує планування графіків персоналу, дозволяючи підготуватись до певних навантажень, автоматично розраховувати заробітну плату, бонуси, премії та штрафи. Також може бути налаштована система гейміфікації, заохочень та підказок для персоналу, що підвищить ефективність роботи.

- **Впровадження системи лояльності.** Спроможність ШІ постійно навчатися, використовуючи додаткові дані, дозволяє створювати більш гнучку систему лояльності, відповідно до вподобань кожного окремого гостя, враховуючи особисті дані на кшталт виключення певних продуктів та методів приготування.

- **Обробка скарг та відгуків.** Боти на основі ШІ можуть як обробляти звичайні запити та скарги клієнтів через ресурси закладу, так і виконувати моніторинг згадок в загальній мережі, швидко реагуючі на будь-які згадки

бренду. Це дозволяє вирішувати неприємні ситуації з мінімальними репутаційними ризиками [43].

#### *1.2. Використання новітнього обладнання [44]:*

- **Rotovar (роторний випарник).** Дозволяє дистилювати рідини при низьких температурах, зберігаючи свіжі аромати (наприклад, дистилат з свіжого огірка або землі). Зазвичай роторне випаровування у створенні коктейлів використовується для додавання смаку або видалення небажаних характеристик інгредієнта. За допомогою роторного випарника можна вловлювати та зберігати аромат спецій, трав та фруктів, які часто висихають та втрачаються через надмірне нагрівання під час традиційних дистиляцій. Роторний випарник також можна використовувати для видалення неприємних кольорів, тоді як кришталеву чисту рідину все ще може мати виразні приємні смаки кави, чаю чи інших продуктів. Як альтернатива, роторний випарник можна використовувати для видалення неприємної властивості, такої як пряний присмак чилі, зберігаючи бажані характеристики, такі як перцевий або димний смак. Аналогічно, роторне випаровування може допомогти витягти жир і мастило, створюючи більш смачні та корисні напої. Систему також можна використовувати для з'єднання текстури або вилучення унікальних смаків з більш екзотичних інгредієнтів, таких як мінерали, кора дерев або рідкісні фрукти. Підсумовуючи, технологія роторного випаровування особливо корисна для уловлювання есенції делікатних інгредієнтів, яку традиційна дистиляція не може розкрити. Цей прилад може допомогти видалити таніни, що надаються спиртним напоям під час процесу витримки, видалити небажаний колір, прянощі, гіркоту та створити інноваційні кінцеві продукти, які є чистими, свіжими та не піддаються впливу надмірного нагрівання, що вбиває смак [44].

- **Sonicprep (ультразвуковий гомогенізатор) [45].** Використовується для миттєвої інфузії (настоювання) та зміни текстури напоїв (зістарювання алкоголю за хвилини). Гомогенізатор — апарат, застосований для

створення однорідної (гомогенної) фізично стабільної суміші, як правило, рідин, двох або більше, не розчинні одна в іншій, а також для подрібнення містяться в продукті частинок до заданого мікронного рівня.

- **Sous-vide:** Контрольована термічна обробка для створення складних сиропів та кордіалів. Метод низькотемпературного, повільного приготування зі збереженням корисних та натуральних властивостей продуктів [46].

Прикладами застосування в світі є Makr Shagr. Makr Shagr — це повністю автоматизована система для барменів. За допомогою мобільного додатку користувачі можуть переглядати, створювати та замовляти майже необмежену кількість коктейльних комбінацій, які потім складаються за допомогою двох роботизованих рук-шейкерів. Рухи рук натхненні рухами справжнього бармена: вони можуть струшувати, помішувати, змішувати, проціджувати та наливати понад 40 різних інгредієнтів з точністю до мілілітра. Гості можуть оцінювати, коментувати та ділитися своїми творіннями, вносячи свій внесок у зростаючу базу даних рецептів коктейлів, зібраних з багатьох джерел. Роботи можуть приготувати приблизно одну з однієї комбінації напоїв, зібраної з багатьох джерел, за допомогою Google [47].

В Україні прикладами використання лабораторного обладнання у закладах типу Loggerhead (Київ) або Flacon (Одеса), де бар функціонує як хімічна лабораторія для створення унікальних смаків [48].

## 2. Продуктові та концептуальні інновації

2.1. *Тренд No-Lo (No and Low Alcohol) [49].* Глобальний зсув у бік свідомого споживання (Mindful Drinking). NoLo – це аббревіатура безалкогольних та слабоалкогольних напоїв. Згідно з останніми звітами провідного аналітика світових тенденцій у галузі алкогольних напоїв компанії IWSR, зрушення у бік легших алкогольних і навіть безалкогольних напоїв останнім часом набирає виключно швидкі темпи. Популярність безалкогольних або слабоалкогольних напоїв посилюється з кожним роком.

Тренд «безалкогольних та слабоалкогольних напоїв», стає все більш помітною тенденцією серед споживачів.

Мілленіали та покоління Z вживають менше алкоголю та більш уважно, ніж попередні покоління. Вони набагато сприйнятливіші до нових концепцій напоїв, що стимулює розвиток нових нішевих і гібридних категорій.

Наразі ця група споживачів становить близько 65% світового населення, купівельна спроможність яких оцінюється в понад 165 мільярдів доларів і зростає готовність витратити їх через онлайн-канали. Прикладом є створення безалкогольних дистилатів (наприклад, бренди *Seedlip*), які імітують смаковий профіль джину чи віскі, але не містять етанолу. Інтеграція адаптогенів, ноотропів або CBD для досягнення розслаблення без сп'яніння.

2.2. *Молекулярна та інф'юзна міксологія.* Сучасна барна міксологія через молекулярні технології дозволяє радикально змінювати консистенцію напоїв, перетворюючи їх на ікру чи піну за допомогою фізико-хімічних методів впливу. Основними перешкодами для масового впровадження таких інновацій залишаються значна тривалість приготування, висока вартість інгредієнтів та потреба у вузькоспеціалізованих навичках персоналу для створення складних авторських програм [50]. Використовуються техніки: сферифікація (ікра з лікеру), жилеутворення, використання сухого льоду та рідкого азоту для зміни агрегатного стану коктейлю; кларифікація (освітлення): використання молока або агару для очищення коктейлів від завислих частинок, що змінює текстуру на шовковисту.

### 3. Сервісні інновації.

Поглиблення впровадження RRM та автоматизації. Керівництву барних закладів необхідно подолати існуючий розрив між теорією та практикою RRM шляхом інвестування у професійне навчання персоналу. Слід максимально використовувати технології POS та Back-Office

(складський облік, статистика закупівель) для забезпечення динамічного управління ціноутворенням та інвентарем, що є критичним для реалізації високого прибуткового потенціалу F&B [30].

*3.1. Інновації та адаптація до HLS.* Впровадження інноваційних барних програм, які включають безалкогольні альтернативи та функціональні інгредієнти, має бути не тимчасовим трендом, а невід'ємною частиною довгострокової стратегії конкурентоспроможності. Це дозволить задовольнити зростаючий попит на здорові опції та підвищити привабливість закладу для ширшої аудиторії [40].

*3.2. Гуманізація технологій.* Технології, включно з AI та робототехнікою, слід розглядати як інструменти, що оптимізують рутинні та технічні завдання, а не замінюють людський елемент. Це дозволить персоналу зосередитися на міжособистісних навичках, які є визначальними для створення повного клієнтського досвіду та посилення соціальної ролі бару як «Третього місця» [41].

*3.3. Створення сильного соціального контракту.* Для забезпечення стійкого розвитку та мінімізації соціальних ризиків (пов'язаних із надмірним споживанням алкоголю), необхідна тісна взаємодія приватного бізнесу з регуляторними органами. Це необхідно для створення сильного та послідовного регуляторного клімату, який максимізує позитивний вплив програм відповідального обслуговування алкоголем на рівні всієї громади [42].

#### 4. Управлінські інновації.

##### *4.1. Концепція Zero-Waste ("Нуль відходів")*

- Closed-loop cocktails. Використання інгредієнта на 100%. Наприклад, з м'якоті лимона роблять сік, зі шкірки — олео-сахарум (цукровий сироп), а з виварених залишків — "папір" для гарніру [51].

- Відмова від пластику. Вирощування власних трав (мікрогрін) прямо в барі (гідропоніка), використання металевих або скляних трубочок, їстівний посуд.

4.2. Локаворство (*Locavore movement*). Використання виключно локальних та сезонних продуктів для зменшення вуглецевого сліду від логістики. В Україні це проявляється у використанні локальних ягід, трав (чебрець, бузина) та крафтового алкоголю [52].

### 3.2. Приклад етапів впровадження концепції Zero-Waste у роботу бару

Це найбільш актуальний напрямок, який поєднує екологічність з економічною вигодою (зниження собівартості напоїв). Для трансформації класичного бару в екологічно свідомий заклад потрібно зробити наступні кроки (табл.3.2):

Етап 1: провести аудит відходів

Перш ніж щось змінювати, потрібно зрозуміти, що саме викидається. Найбільша вага — це цитрусові шкірки, кавова гуща та залишки фруктів після приготування фрешів/гарнірів.

- Розділення сміття: протягом тижня сортувати відходи бару на категорії: органіка (шкірки, макуха), пластик, скло, папір.

- Зважування: в кінці кожної зміни зважувати органічні відходи.

Етап 2: впровадити технологію "Замкненого циклу"

Використати інгредієнт мінімум тричі. Розглянемо на прикладі лимона.

Таблиця 3.2 – Етапи впровадження концепції Zero-Waste

Життєвий цикл інгредієнта	Традиційний підхід	Zero-Waste підхід (Інновація)
1.Сік	Вичавлюється фреш для сауерів.	Вичавлюється фреш.
2.Шкірка (цедра)	Часто викидається або йде на гарнір (частково).	Виготовлення Oleo Saccharum: шкірки засипають цукром, який витягує ефірні олії, утворюючи насичений цитрусовий сироп.
3. Жмих (м'якоть)	Викидається.	Дегідратація: висушується та перебивається в пудру (citrus dust) для прикраси бокалів або ароматизації солі/цукру. Або Кордіал: виварюється з кислотами для створення основи для лімонадів.

Виконано автором

### Етап 3: Робота з іншими популярними відходами

- Кавова гуща: замість смітника — настоювання на горілці/ромі для створення кавового лікеру або приготування кавового сиропу.
- Ананас: шкірка ферментується з водою та цукром (або медом) для отримання мексиканського напою Тепаче (природна газация).
- Видохнуте вино: якщо вино в відкритій пляшці окислилося, його не виливають, а перетворюють на винний сироп (випарювання) або домашній оцет.

### Етап 4: Відмова від "розхідників"

1. Трубочки: повна відмова від пластику. Використання металевих (багаторазових) або зі стебел жита/очерету (органічні).
2. Серветки (костери): заміна паперових серветок під бокал на шкіряні, дерев'яні або з переробленого пластику багаторазові костери.
3. Чек: перехід на електронні чеки (через QR-код або месенджери).

## ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження в межах магістерської роботи "Напрями інноваційного розвитку барної справи" було отримано наступні узагальнені результати:

1. Використання нормативно-правової бази є фундаментом діяльності будь-якого бару, оскільки вона визначає межі легальної роботи, гарантує безпеку споживачів та захищає бізнес від значних фінансових і репутаційних ризиків. Дотримання законодавчої бази забезпечує закладу «міцну позицію на ринку», довіру клієнтів та інвесторів, а також дозволяє уникнути примусової зупинки роботи чи банкрутства через непередбачені штрафи.

2. Дотримання законодавчої бази забезпечує закладу «міцну позицію на ринку», довіру клієнтів та інвесторів, а також дозволяє уникнути примусової зупинки роботи чи банкрутства через непередбачені штрафи.

3. Основними концепціями в дизайні є: мінімалізм, сталий розвиток, ергономіка, індустріальний стиль, максималізм, персоналізація, колірні тенденції, сучасний дизайн.

4. Сучасні академічні дослідження визначають бар як фундаментальне «третє місце», що виконує роль соціального якоря та сприяє зміцненню життєздатності громади через подолання соціальних бар'єрів. Процес професіоналізації у крафтовому сегменті зміщує акценти з формальних стандартів на соціологічний капітал та етику бармена, перетворюючи його на ключового архітектора унікального клієнтського досвіду. Цифрова трансформація, зокрема впровадження POS-систем та штучного інтелекту, дозволяє автоматизувати рутинні операції, звільняючи персонал для виконання складних творчих і комунікативних функцій. Орієнтація споживачів на здоровий спосіб життя (HLS) зумовлює необхідність інтеграції функціональних інгредієнтів у барні програми, що стає вагомим чинником підвищення конкурентоспроможності закладу. У

висококонкурентному середовищі успіх бізнесу залежить від здатності закладу гармонійно поєднувати технологічну персоналізацію та аналіз даних із створенням глибокої емоційної атмосфери й автентичного сервісу.

5. Стратегічний потенціал бару базується на синергії креативності персоналу та операційної гнучкості бізнесу. Впровадження штучного інтелекту та коктейльних програм для здорового способу життя створюють ключові можливості для зростання. Висока плинність кадрів зумовлює необхідність пріоритетної автоматизації рутинних операцій для збереження стабільної якості сервісу. Макроекономічна нестабільність та ризик імітації концепцій вимагають від закладів формування унікального імерсивного досвіду. Локалізація ланцюгів постачання дозволяє мінімізувати фінансові ризики та створювати автентичні продуктові інновації. Довгострокова стійкість бізнесу залежить від утвердження закладу як соціально значущого «третього місця».

6. На основі аналізу фіналістів номінації «Тематичний бар» премії Ukrainian Bar Awards 2020, представлених у матеріалі PostEat, виділили чотири основні типи інновацій та приклади, що використовуються для розвитку барної справи в Україні: продуктова та нішева спеціалізація, технологічна міксологія та ревіталізація рецептур, форматні та просторові інновації, колаборації та гібридні бізнес-моделі:

7. Проаналізовано близько 34 бари у м.Івано-Франківськ. Найбільша концентрація барної інфраструктури (близько 35%) зосереджена в Центральній частині міста, що пояснюється високим туристичним потоком та діловою активністю. Другим за кількістю закладів є район Каскад, де розвинена культура локальних пабів та більярдних клубів. Райони БАМ, Пасічна та Позитрон мають приблизно однакову кількість закладів, які здебільшого орієнтовані на мешканців спальних масивів і часто поєднують формати бару з кафе чи рестораном швидкого харчування. Інноваційні майданчики, такі як PromBar на території «Промприладу», виділяються в

окрему категорію через свій специфічний формат на базі ревіталізованих промислових зон.

8. На основі аналізу доступних даних про заклади Івано-Франківська, наведено інформацію про найбільш відомі бари та паби, що впроваджують інноваційні підходи у своїй діяльності. Їх можна розділити на кілька стратегічних напрямків та який заклад впроваджує: цифрова та операційна інноваційність, технологічна (виробнича) інноваційність, соціальна та комунікаційна інноваційність.

9. На основі аналізу відгуків та матеріалів, можна виділити кілька закладів, які отримали суттєві зауваження від відвідувачів через проблеми із сервісом, якістю кухні або внутрішньою атмосферою. Найчастіше негативні відгуки стосуються таких аспектів: проблеми з персоналом: грубість адміністрації або втрата харизматичних фахівців, харчова безпека, неналежна вентиляція, організаційні помилки. Таким чином, негативні відгуки часто сигналізують про те, що заклади використовують інновації лише як інструмент економії або швидкості, ігноруючи потребу клієнта в «третьому місці» — просторі для живого спілкування та безпечного відпочинку.

10. Згруповано, деталізовано та проаналізовано 4 типи інновацій: технологічні, продуктові, маркетингові та організаційні.

11. Подано приклад етапів впровадження концепції Zero-Waste (Нуль відходів) у роботу бару.

## ПЕРЕЛІК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. Т.К.Литвиненко. К.:КНТЕУ, 2018. 215с.
2. Сало Я. М. Організація роботи барів: довідник бармена. Львів: Афіша, 2010. 351 с.
3. ДСТУ 4281:2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація". URL: <https://document.vobu.ua/doc/7440> (дата звернення 10.09.2025р.)
4. Закон України "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів", 1998, № 19. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 13.09.2025р.)
5. Закон України № 3817-IX «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, спиртових дистилатів, біоетанолу, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, тютюнової сировини, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3817-20#Text> (дата звернення 15.09.2025р.)
6. Закон України Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг. 1995, № 28. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 15.09.2025р.)
7. Закон України "Про захист прав споживачів". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення 15.09.2025р.)
8. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства (наказ Міністерства економіки від 24 липня 2002 року № 219.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#Text> (дата звернення 15.10.2025р.)

9. Головня О. М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій готельного бізнесу. Бізнес Інформ. 2019. № 5. С. 111–116.

10. Головня О. М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 1 (41). С. 48–57.

11. Постова В. В. Особливості розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства в Україні. Інфраструктура ринку. 2022. № 65. С. 98–103.

12. Лопатюк Р. І. Управління персоналом як ефективний інструмент удосконалення роботи підприємств індустрії гостинності. Бізнес-інформ. 2021. № 12. С. 277–282.

13. Ставська Ю. В., Яхно Л. С. Формування конкурентних переваг ресторанного бізнесу в Україні в умовах Євроінтеграції. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 2. С. 181–196.

14. O'Brien F.A., Meadows M. Scenario orientation and use to support strategy development. Technological Forecasting and Social Change. 2013. Vol. 80. Iss. 4. P. 643–656.

15. Психологія кольору в дизайні ресторану та кафе. URL: <https://restaurant-consulting.com.ua/uk/psihologija-koloru-v-dizajni-restoranu-ta-kafe> (дата звернення 15.09.2025р.)

16. Тренди дизайну кафе та ресторанів: стиль, атмосфера та функціональність. URL: <https://business-broker.com.ua/blog/trendy-dyzajnu-kafe-ta-restoraniv-styl-atmosfera-ta-funktsionalnist/> (дата звернення 10.11.2025р.)

17. Історія виникнення і класифікація барів. URL: [https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/326867/mod\\_resource/content/1/Лекція%](https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/326867/mod_resource/content/1/Лекція%201)

20 1.%20Історія%20виникнення%20і%20класифікація%20барів.pdf. (дата звернення 10.11.2025р.)

18. Паска М., Потопа К. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ. Львів. С. 1–2. URL: 51 [https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/25395/1/STRIG\\_2020\\_16\\_5\\_6\\_57.pdf](https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/25395/1/STRIG_2020_16_5_6_57.pdf)

19. Бережна М. Історія виникнення барів. Походження назви "коктейль". Київ. URL: <https://studfile.net/preview/7080639/>

20. History of Bars -The tradesmansarms.co.uk. The Tradesman's Arms: Mad about bar and pub culture! URL: <https://thetradesmansarms.co.uk/history-of-bars/> (дата звернення 15.09.2025р.)

21. Bars. Encyclopedia.com. Free Online Encyclopedia. URL: <https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/bars> (дата звернення 15.11.2025р.)

22. КОНЦЕПЦІЯ МІСТА 15-ТИ ХВИЛИН Місто-мільйонник як село. URL: <https://www.goethe.de/prj/jad/uk/the/lcc/26271793.html?srsIid=AfmBOor2pLYAee9MwoA4WvMuxAlQkFQIiD7NB4WPF8nFxiGd5mb4gs3B> (дата звернення 15.09.2025р.)

23. Fowler, Jacqueline, "The Transformation of Occupations: A Case Study of Professionalism in Cocktail Bartending" (2017). Graduate Theses, Dissertations, and Problem Reports. 7087. URL: <https://researchrepository.wvu.edu/etd/7087>

24. Cavusoglu, Muhittin, "An analysis of technology applications in the restaurant industry" (2015). USF Tampa Graduate Theses and Dissertations. URL: <https://digitalcommons.usf.edu/etd/5456>

25. Автоматизація бару для легкого управління та системного контролю - Smart Cafe. URL: <https://smartcafe.com.ua/uk/avtomatizaciya-barov> (дата звернення 15.09.2025р.)

26. Автоматизація бару - програма автоматизації бару в Україні та інших країнах, ведення обліку бару - послуга на сайті автоматизації бізнесу skyservice.pro. URL: <https://skyservice.pro/uk/automation/bar/> (дата звернення 15.09.2025р.)

27. Тенденції ресторанних технологій, на які варто звернути увагу у 2024 році. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/restaurant-technology-trends> (дата звернення 15.09.2025р.)

28. Технологічний піонер Anno Robot: понад 70 патентів стимулюють глобальне розширення кавоварок зі штучним інтелектом та розумних кіосків. URL: <https://markets.financialcontent.com/wral/article/abnewswire-2025-12-11-tech-pioneer-anno-robot-over-70-patents-drive-global-expansion-of-ai-coffee-machines-and-smart-kiosks> (дата звернення 15.09.2025р.)

29. Agents, robots, and us: Skill partnerships in the age of AI. URL: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/agents-robots-and-us-skill-partnerships-in-the-age-of-ai> (дата звернення 15.09.2025р.)

30. Автоматизація бару - програма автоматизації бару в Україні та інших країнах, ведення обліку бару - послуга на сайті автоматизації бізнесу skyservice.pro. URL: <https://skyservice.pro/uk/automation/bar/> (дата звернення 15.09.2025р.)

31. Новий звіт досліджує технологічний ландшафт у сучасних ресторанах. URL: <https://restaurant.org/education-and-resources/resource-library/new-report-examines-the-technology-landscape-in-todays-restaurants/> (дата звернення 15.09.2025р.)

32. Майбутнє технологій та їх вплив на бізнес: бари та ресторани. URL: <https://www.gsdraft.com/blog/the-future-of-technology-and-its-impact-on-business-bars-and-restaurants> (дата звернення 01.11.2025р.)

33. Шевченко, І. В. Вплив інноваційних барних програм на конкурентоспроможність готельно-ресторанного бізнесу. Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті : матеріали

91-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 7–11 квітня 2025 р. Київ : НУХТ, 2025. Ч. 3. С. 282.

34. Берт, Г.Д., Камінські, Р. та Екенроде, З. (2025). Споживчі уподобання щодо ресторанів та барів. 2025 Association of Marketing Theory and Practice Proceedings, 7. URL: [https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/amp-proceedings\\_2025/7](https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/amp-proceedings_2025/7)

36. Грабовецький С. В. Стратегічний аналіз та планування підприємницької діяльності. Київ: Ліра-К, 2024. 210 с.

37. Мельник Л. І. Управління персоналом в індустрії гостинності. Одеса: Фенікс, 2023. 380 с.

38. Найкращі Тематичні бари України за версією Ukrainian Bar Awards. URL: <https://posteat.ua/bars/ukrainian-bar-awards-finalisti-tematichnij-bar/> (дата звернення 15.09.2025р.)

39. Бари Івано-Франківська. URL: <https://places.in.ua/ivano-frankivsk/bari> (дата звернення 15.09.2025р.)

40. Вплив інноваційних барних програм на конкурентоспроможність готельно-ресторанного бізнесу НУХТ. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/items/6e669569-b7d8-46fd-871a-a4e22db33041> (дата звернення 15.09.2025р.)

41. Agents, robots, and us: Skill partnerships in the age of AI. URL: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/agents-robots-and-us-skill-partnerships-in-the-age-of-ai> (дата звернення 15.09.2025р.)

42. Надмірне вживання алкоголю: навчання відповідальному обслуговуванню клієнтів з продажу напоїв. URL: <https://www.thecommunityguide.org/findings/alcohol-excessive-consumption-responsible-beverage-service-training.html> (дата звернення 15.09.2025р.)

43. Використання штучного інтелекту у ресторанному бізнесі. URL: <https://smartcafe.com.ua/ua/infocentr/ai-in-the-restaurant-business> (дата звернення 15.09.2025р.)

44. Buchi. URL: <https://www.buchi.com/en/rotary-evaporator-cocktails>  
(дата звернення 15.09.2025р.)
45. Молекулярна кухня. URL: <https://molekulyarna-kukhnya.webnode.com.ua/products/polyscience-sonicprep-ultrazvukovij-gomogenizator/> (дата звернення 15.09.2025р.)
46. Технологія су-від. URL: <https://www.panpanini.com.ua/product-tm-sous-vide> (дата звернення 15.09.2025р.)
47. Urbannext. URL: <https://urbannext.net/makr-shakr/> (дата звернення 15.09.2025р.)
48. Loggerhead. URL: <https://loggerhead.choiceqr.com/section:bar/renovation-loggerhead-culture> (дата звернення 15.09.2025р.)
49. Блог. Що таке тренд NoLo? URL: <https://www.ffdu.com.ua/2024/08/03/shcho-take-trend-nolo/> (дата звернення 15.09.2025р.)
50. МОЛЕКУЛЯРНІ КОКТЕЙЛІ ЧИ ГОСТІ З МАЙБУТНЬОГО  
Р.В.Салинко, Р.В.Матюшенко. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку”, 25-27 березня 2015 р. К.: НУХТ, 2015 р. 274 с.
51. Zerowaste. URL: <https://zerowaste.org.ua/pro-zero-waste/> (дата звернення 15.09.2025р.)
52. Самілик М. Вплив локаворства на розвиток гастрономічного туризму Сумщини. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм, 5(1), 2022. 48–56. URL: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.5.1.2022.261998>