

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна  
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу  
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної  
справи

ДО ЗАХИСТУ  
завідувачка кафедри міжнародної  
електронної комерції та готельно-  
ресторанної справи  
доц. Данько Н.І.

---

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА  
на тему: «Розробка концепції мексиканського бару»

Виконала:  
студентка 2 курсу, групи УГР-41  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна  
справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»  
Мамєкіна Євгенія Олександрівна

---

Керівник:  
к.е.н., доц. Миколенко О.П.

---

Рецензент:  
Смачило В.В.

---

Підсумкова оцінка:  
за шкалою ЗВО: \_\_\_\_\_  
кількість балів: \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2023 року

**Міністерство освіти і науки України**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені В.Н. КАРАЗІНА**

**Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**  
**Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи**

**ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Студентки Мамєкіної Євгенії Олександрівни  
 Курсу IV групи УГР-41

Тема дипломної роботи «Розробка концепції мексиканського бару»  
 затверджена наказом від 24.03.2023 року № 4002-5/591

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні основи розробки концепції закладу харчування	26.12.2022	
Розвиток та просування мексиканського бару: сутність та технології розробки	20.03.2022	
Обґрунтування відкриття мексиканського бару	27.05.2023	

Термін подання дипломної роботи на кафедру 08.06.2023 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 22.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ: канд. екон. наук, доцент

Олена МИКОЛЕНКО

Дата видачі завдання 1.12.2022 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником

Євгенія МАМЄКІНА

Завідувачка кафедри

міжнародної електронної комерції

та готельно-ресторанної справи, доцент

Наталя ДАНЬКО

## АНОТАЦІЯ

### **Мамєкіна Є.О. Розробка концепції мексиканського бару**

Робота присвячена розробці концепції мексиканського бару з урахуванням основних аспектів його створення та функціонування. Робота охоплює теоретичні основи розробки концепції закладу харчування, аналіз ринку готельно-ресторанних послуг, особливості створення меню мексиканського бару, маркетинг та рекламу, а також обґрунтування відкриття бару у місті. Результати дослідження надають практичні рекомендації для розвитку та просування мексиканського бару на ринку готельно-ресторанних послуг, що можуть бути використані для успішного функціонування та стратегічного розвитку закладу.

**Ключові слова:** мексиканський бар, концепція бару, меню мексиканського бару, готельно-ресторанна індустрія, маркетинг, реклама.

## ANNOTATION

E.O. Mamiekina. Development of a Mexican Bar Concept.

The work is dedicated to the development of a concept for a Mexican bar, taking into account the main aspects of its creation and operation. The paper covers the theoretical foundations of developing a food service establishment concept, analysis of the hotel-restaurant services market, peculiarities of creating a Mexican bar menu, marketing and advertising, as well as justification for opening a bar in the city. The research results provide practical recommendations for the development and promotion of the Mexican bar in the hotel-restaurant services market, which can be used for its successful operation and strategic development.

**Keywords:** Mexican bar, bar concept, Mexican bar menu, hotel and restaurant industry, marketing, advertising.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ.....	5
1.1 Типи сучасних закладів харчування в готельно-ресторанній індустрії.....	5
1.2 Концепція бару: сутність та технології розробки.....	10
Висновки до розділу 1.....	18
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ТА ПРОСУВАННЯ МЕКСИКАНСЬКОГО БАРУ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ.....	2
2.1. Аналіз ринку готельно-ресторанних послуг.....	20
2.2. Особливості створення меню мексиканського бару.....	31
2.3. Маркетинг та реклама мексиканського бару.....	44
Висновки до розділу 2.....	53
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ВІДКРИТТЯ МЕКСИКАНСЬКОГО БАРУ У МІСТІ.....	55
Висновки до розділу 3.....	64
Висновки.....	66
Список використаної літератури.....	68

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сучасна гастрономічна індустрія є динамічною та різносторонньою галуззю, яка постійно шукає нові та унікальні концепції, щоб задовольнити зростаючі потреби клієнтів, що сприяє зростанню популярності етнічних кухонь та унікальних кулінарних концепцій. Одним з найбільш захоплюючих та екзотичних напрямків є мексиканська кухня, яка відзначається багатством смаків, колоритом та відчуттям радості.

Останніми роками спостерігається зростання інтересу до мексиканської кухні в усьому світі, включаючи Україну. Завдяки своїй унікальності та різноманітності, мексиканська кухня привертає увагу як гурманів, так і шанувальників нових кулінарних вражень. Мексиканська кухня та культура набувають все більшої популярності у світі, в тому числі і в Україні. Відкриття мексиканського бару відповідає попиту споживачів на автентичні та унікальні гастрономічні експерименти.

Однак, незважаючи на зростання популярності мексиканської кухні, у деяких регіонах відсутність автентичних мексиканських барів стає очевидною. Це відкриває нові можливості для розробки концепції мексиканського бару, яка буде пропонувати клієнтам унікальне поєднання автентичних мексиканських страв, напоїв та атмосфери.

Успішна розробка концепції мексиканського бару може задовольняти потреби споживачів у нових кулінарних враженнях. Це може сприяти популяризації мексиканської кухні, збільшенню кількості гастрономічних пропозицій у місті та залученню широкої аудиторії клієнтів.

**Метою кваліфікаційної роботи** є розробка концепції мексиканського бару, яка буде сприяти задоволенню потреб сучасних клієнтів та створенню унікального гастрономічного простору.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

1. Охарактеризувати сучасні типи закладів харчування в готельно-ресторанній індустрії.

2. Визначити сутність та технології розробки концепції бару.
3. Дослідити ринок готельно-ресторанних послуг.
4. Дослідити особливості створення меню мексиканського бару.
5. Дослідити маркетинг та рекламу , які можуть використовуватися для просування мексиканського бару.
6. Обґрунтувати відкриття бару у місті.

**Об'єктом дослідження** є процес розробки унікальної концепції мексиканського бару.

**Предметом дослідження** є методи та технології розробки мексиканського бару, його структура, особливості та елементи, що створюють унікальну атмосферу, відображають мексиканську культуру та гастрономію.

**Методи дослідження.** При написанні кваліфікаційної роботи були використанні статичні методи, табличного, графічного аналізу, компаративного.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження було апробовано на Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів «Стан та перспективи розвитку міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи», яка відбулася 22 травня 2023 року.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ

### 1.1 Типи сучасних закладів харчування в готельно-ресторанній індустрії

У сучасному світі харчування стало не тільки потребою, але й стиоблем життя. З розвитком готельно-ресторанної індустрії з'явилося безліч різних типів закладів харчування, які мають свої унікальні концепції та меню. У зв'язку з цим, вивчення типів закладів харчування стає все більш актуальним, особливо для тих, хто планує відкрити власний бізнес у готельно-ресторанній галузі або працювати в ній. У цій дипломній роботі ми детально розглянемо різні типи закладів харчування, їх характеристики та особливості, а також розглянемо останні тренди та напрями розвитку готельно-ресторанної галузі.

Заклади харчування є важливою складовою готельно-ресторанної галузі, яка визначає якість та рівень обслуговування клієнтів. Сучасний світ харчування відрізняється великою різноманітністю типів закладів, що дозволяє кожному знайти відповідний заклад за своїм смаком та бажанням.

Залежно від концепції та меню, заклади харчування можуть бути різних типів, від простих кав'ярень до ресторанів зі зірковими шеф-кухарями. Крім того, з появою нових технологій та трендів, з'являються і нові типи закладів, які відповідають потребам сучасного споживача.

Розрізняють декілька типів закладів харчування залежно від комплексу продукції та послуг, які вони пропонують: основні, спеціалізовані, комбіновані та комплексні.

Основні заклади харчування – це заклади, які пропонують базовий асортимент продуктів та послуг зі стандартним рівнем обслуговування. Ці заклади можуть бути частиною готелів або ресторанів, але також можуть функціонувати окремо.

Основні заклади харчування зазвичай пропонують базовий рівень обслуговування та меню з різноманітними стравами. Ці заклади зазвичай працюють вдень та ввечері, а деякі з них можуть обслуговувати клієнтів також на сніданок та обід. Оскільки ці заклади мають більш доступні ціни, вони є популярними серед туристів та місцевих жителів, які шукають недорогі, але смачні варіанти для харчування.

До основних типів закладів харчування належать такі: ресторан, кафе, закуочна, їдальня, бар, кафетерій, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня та ресторан, що спеціалізується на замовленнях [1].

Детальніше про кожен із них надано у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

#### Основні заклади харчування

№з\п	Назва закладу	Характеристика
1.	Ресторан	Заклад громадського харчування, де можна скуштувати різноманітні страви та напої за певну плату. В ресторані зазвичай є вищий рівень сервісу, більш розроблений інтер'єр, великий вибір страв на меню, і відповідно вищий рівень цін. Ресторани також зазвичай мають свої власні кухні та шеф-кухарів, які готують більш складні та вишукані страви
2.	Кафе	Заклад громадського харчування, де можна швидко перекусити або посидіти в приємній атмосфері з друзями, скуштувати легкі страви та напої. У кафе зазвичай є невелика кухня, де готують страви простішого приготування, такі як салати, закуски, сендвічі, кава, чай та інші напої. Кафе можуть мати різний стиль і тематику, наприклад, можуть спеціалізуватися на каві, десертах, вегетаріанській кухні, тощо. У кафе зазвичай більш неформальна атмосфера, менше розміром і нижчі ціни, порівняно з ресторанами.
3.	Закусочка	Заклад швидкого харчування, де можна швидко перекусити. У закуочні зазвичай немає великої залу для обслуговування гостей, але може бути кілька столиків або барна стійка, де можна швидко перекусити. На меню закуочної можуть бути різні види швидкої їжі, такі як гамбургери, гарячі сендвічі, хот-доги, фаст-фуд, смаколики тощо. Зазвичай ці заклади мають невисокі ціни, а також вигідні пропозиції для студентів або клієнтів з обмеженим бюджетом. Закусочні зазвичай знаходяться в центрах міст або на зупинках громадського транспорту, щоб задовольнити потреби людей в швидкому харчуванні в дорозі або в перерві між роботою або навчанням.

## Продовження таблиці 1.1

4.	Їдальня	Заклад громадського харчування, де готуються страви для споживачів, які працюють або навчаються в близькому районі. Зазвичай в таких закладах можна придбати повноцінний обід за вигідною ціною. Їдальні можуть обслуговувати на різних рівнях, від самообслуговування до повного обслуговування за столиком. У меню можуть бути різні страви, такі як супи, гарячі страви, салати, десерти та напої. Ці заклади часто мають обмежену кількість столиків, а також обмежену часову рамку роботи, зазвичай працюють зранку до середини дня. Їдальні можуть бути розташовані в бізнес-центрах, офісних будівлях, школах, університетах або на території промислових підприємств.
5.	Бар	Заклад громадського харчування, де можна придбати алкогольні та безалкогольні напої, а також деякі закуски. Бари можуть мати різний стиль та атмосферу, від класичних до модних та екзотичних. В барах можуть бути різні варіанти обслуговування, від самообслуговування до повного обслуговування за столиком. Бари можуть мати тематичні вечірки, концерти, діджей-сети та інші розважальні заходи. Бари можуть бути розташовані в центрах міст, туристичних районах, готелях, аеропортах та інших місцях, де збираються люди, щоб відпочити та розважитися.
6.	Кафетерій	Заклад громадського харчування, де можна придбати швидкі перекуси та напої. Зазвичай кафетерії розташовані в місцях з великим потоком людей, таких як торгові центри, громадські будівлі, університети та інші. У кафетерії можна замовити каву, чай, напої з соку, снеки, сендвічі, печиво та інші легкі перекуси. Кафетерії зазвичай пропонують самообслуговування, коли клієнти самостійно беруть страви та напої з виставлених на прилавках та вітринах. Це дозволяє клієнтам швидко та зручно придбати перекус та продовольчі товари. У деяких кафетеріях є столики та стільці, де можна перекусити або випити напій.
7.	Буфет	Заклад громадського харчування, де можна придбати різні страви та напої. Буфети зазвичай пропонують шведський стіл, де страви виставляються на стійках, які розміщені вздовж залу. Клієнти можуть взяти страви та напої самостійно з виставлених на столі страв. Буфети можуть мати різні варіанти обслуговування, від самообслуговування до обслуговування за столиком. У буфетах можна замовити різноманітні страви, такі як салати, гарячі страви, закуски, десерти та напої. Буфети можуть бути розташовані в готелях, конференц-центрах, автостанціях та інших місцях з великим потоком людей.

8.	Фабрика-заготівельня	Виробниче підприємство, яке спеціалізується на виробництві продуктів харчування на масштабах, що дозволяють їх постачання на ринок великим оптом. Такі фабрики можуть виробляти широкий спектр продуктів харчування, від снєків та кондитерських виробів до м'ясних та молочних продуктів. Зазвичай на харчовій фабриці працюють великі команди фахівців з різних галузей, таких як кулінарія, технології виробництва, контроль якості, логістика та інші. Вироблені продукти харчування потім можуть бути постачені в різні заклади громадського харчування, такі як ресторани, кафе, буфети, закусочні та інші.
9.	Фабрика-Кухня	Заклад громадського харчування, який спеціалізується на приготуванні їжі великою кількістю для різних інших закладів громадського харчування, таких як школи, дитячі садки, кафе, ресторани та інші. Фабрика-кухня може бути як окремим підприємством, так і частиною більшої групи закладів харчування. На такій фабриці працюють професійні кулінари, які готують їжу великою кількістю, а потім транспортують її до інших закладів громадського харчування. Фабрика-кухня може дозволити закладам громадського харчування зменшити витрати на приготування їжі та забезпечити високу якість і консистенцію їжі завдяки використанню професійного обладнання та дотриманню стандартів виробництва.
10.	Домашня кухня вбо ресторан, що спеціалізується на замовленнях	Домашня кухня або ресторан, що спеціалізується на замовленнях, може називатися рестораном з доставкою або кулінарною майстернею. У такому ресторані, як правило, замовлення приймаються за допомогою телефону, інтернету або додатків для замовлення їжі, а потім їжа готується на замовлення відвідувача. Цей формат ресторану став популярним останнім часом через зручність та широкий вибір їжі, який можна замовити з дому або офісу. Також вони можуть спеціалізуватися на певних стравах або типах кухні. Наприклад, домашня кухня вбо ресторан, що спеціалізується на піци, може називатися піцерією з доставкою.[2]

Джерело: розроблено автором

Спеціалізовані заклади харчування є одним із типів закладів готельно-ресторанної індустрії, і вони зазвичай спеціалізуються на певному виді кухні, продукції або послугі.

Одним з найпопулярніших видів спеціалізованих закладів харчування є ресторани з певним видом кухні. Наприклад, італійські, японські, китайські, мексиканські та інші. Такі ресторани спеціалізуються на стравах певної кухні, яка має свої унікальні рецепти та інгредієнти.

Окрім ресторанів, існують інші типи спеціалізованих закладів харчування. Наприклад, пекарні та кав'ярні, які пропонують свіжо випічений хліб, випічку, десерти та каву. Такі заклади можуть бути частиною більшого закладу, наприклад, готелю або ресторану.

Також до закладів спеціалізованого харчування можна віднести ресторани, кафе та закуочні, які пропонують унікальний асортимент страв, напоїв та продуктів харчування (кафе з морозивом, кафе з кондитерськими виробами, закуочні з пирогами, млинцями, піцерії, пивні та винні бари тощо) [1].

Заклади здорового харчування також є популярними в сучасному світі та можуть відноситися до спеціалізованих закладів харчування. Це заклади, які спеціалізуються на здоровій їжі, такі як салати, супи, свіжі соки та інші страви з низьким вмістом калорій та насичених жирів.

Крім того, існують спеціалізовані заклади з вегетаріанським та веганським меню. Ці заклади пропонують страви, які виготовлені без використання продуктів тваринного походження.

Комбінований заклад — це заклад харчування, який об'єднує кілька різних типів закладів, що належать до однієї компанії та розташовані в одній будівлі. Наприклад, це може бути ресторан з баром, кафе з закуочною, піцерія з кав'ярнею тощо. Такий заклад може мати різний формат обслуговування, включаючи самообслуговування, обслуговування за столами, доставку їжі та інші послуги. Комбіновані заклади харчування надають більше можливостей для клієнтів щодо вибору страв та формату обслуговування [1].

Майдан харчування – це комплекс закладів громадського харчування, що розташовані в одному приміщенні та мають спільний торговий зал. Його також можна віднести до комбінованих закладів харчування. Особливість майдану харчування полягає в тому, що різні заклади громадського харчування, зазвичай, належать різним підприємствам. Такий комплекс може включати ресторани, кафе, бари, закуочні тощо, що дозволяє клієнтам мати великий вибір страв та послуг з різних кухонь та форматів обслуговування.

## 1.2. Концепція бару: сутність та технології розробки

Концепція – це ідея, план або концептуальна модель щодо того, як щось має бути зроблено або здійснене. У контексті бізнесу, концепція відображає загальний підхід до створення продукту або послуги, включаючи його цінності, цільову аудиторію, позиціонування на ринку та стратегію маркетингу. Концепція може бути розроблена для будь-якої сфери діяльності, включаючи бізнес, мистецтво, науку, технології, архітектуру та інші. В загальному розумінні, концепція – це план або уявлення про щось, що потребує подальшої розробки або реалізації [3].

Концепція бару – це ідея, на основі якої створюється концептуальний заклад громадського харчування, що відповідає певному стилю, концепції обслуговування та асортименту напоїв. Основна мета розробки концепції бару - створити унікальний продукт, що буде відрізнятися від інших закладів громадського харчування та задовольняти потреби та бажання цільової аудиторії [4].

Спочатку визначаються цілі дослідження, які можуть мати відповідь на такі питання:

- які цілі інформації потрібно отримати про свою цільову аудиторію;
- які аспекти концепції бару можна перевірити з аудиторією [10].

Далі проходить вибір методів дослідження, черед яких може бути:

Розробку концепції можна поділити на такі етапи:

Етап 1. Дослідження цільової аудиторії [11].

1. Проведення опитування.

- підготовка запитань, які стосуються концептуальних аспектів бару, як-от вибір напоїв, атмосфери та інтер'єру;
- вибір оптимального формату опитування: онлайн, особисто, телефонні дзвінки або поштові анкети;
- визначення величини вибірки та способу її підбору [12].

2. Фокус-групи.
  - вибір представників цільової аудиторії для участі в фокус-групах;
  - підготовка питань, щоб залучити учасників до обговорення ключових аспектів концепції бару;
  - організація фокус-груп, запис та аналіз отриманої інформації.
3. Спостереження та аналіз.
  - відвідання існуючих барів та спостереження поведінки, вибору та побажань потенційних клієнтів;
  - збір даних про цільову аудиторію на основі раніше проведених досліджень або відкритої статистики.
4. Обробка інформації та аналіз результатів
  - статистичний аналіз отриманих даних з опитувань та фокус-груп;
  - виявлення загальних тенденцій, патернів та основних пріоритетів цільової аудиторії;
  - категоризація та сегментація аудиторії на основі отриманих даних;
  - визначення основних переваг та слабких сторін концепції бару, що виникли під час дослідження;
  - виявлення можливостей для адаптації концепції бару до потреб цільової аудиторії.

Етап 2. Визначення тематики та атмосфери [13].

Для визначення тематики та атмосфери використовуються наступні дії:

- створення списку потенційних тематик, які можуть бути привабливими для цільової аудиторії;
- оцінення популярності та релевантності кожної тематики. врахування унікальності та інноваційності кожної тематики для відокремлення від конкурентів;
- вибір елементів, які впливають на атмосферу бару, такі як освітлення, кольори, декор, музика тощо. врахування, яка атмосфера повинна бути створена: чил-аут, елегантний, веселий, інтимний тощо. врахування потреб та вподобань цільової аудиторії при створенні атмосфери [14].

Етап 3. Розробка меню та напоїв [15].

Для розробки меню та напоїв виконується:

1. Розробка структури меню.
  - розділення меню на категорії, наприклад, закуски, основні страви, десерти тощо;
  - врахування різних дієтарних вимог та вподобань (наприклад, веганське, безглютенове, м'ясне тощо).
2. Розробка напоїв.
  - створення різноманітності коктейлів, що відповідають тематиці та стилю бару;
  - врахування сезонності та наявності місцевих інгредієнтів. експериментування зі спеціальними сигнатурними коктейлями, що надають бару унікальність.
3. Вибір якісних інгредієнтів та продуктів
  - встановлення співпраці з надійними постачальниками продуктів та напоїв;
  - підбір свіжих та якісних інгредієнтів для готування страв та приготування напоїв [16].
4. Тестування та рецептурна розробка [17].
  - проведення тестування різних страв та напоїв з цільовими групами клієнтів або спеціалістами зі смаку;
  - збирання зворотнього зв'язку та оцінки щодо смаку, презентації та якості страв та напоїв;
  - внесення корективів до рецептів та вдосконалення їх, враховуючи отриману зворотню інформацію.

Етап 4. Вибір інтер'єру та дизайну [18].

Вибір інтер'єру та дизайну бару грає важливу роль у створенні бажаної атмосфери та візуального враження для потенційних клієнтів. Для правильного вибору потрібно:

- визначити основні цінності та характеристики бренду;
- визначити концепцію бару (класичний, сучасний, тематичний тощо);
- дослідити існуючі бари та їхній дизайн в обраному регіоні;
- оцінити, які елементи дизайну вже використовуються та як вони сприймаються клієнтами;
- виявлення прогалів та модливості для створення унікального інтер'єру та дизайну;
- визначення основного стилю, який відповідатиме концепції та цільовій аудиторії (мінімалістичний, ретро, індустріальний тощо);
- розглянення можливих варіантів кольорової палітри та матеріалів, яку допоможуть створити бажану атмосферу;
- визначення оптимальної організації простору, включаючи розташування столів, барної стійки, зон для відпочинку та інших функціональних елементів;
- врахування ергономіки та комфорту клієнтів та персоналу;
- обрання меблів, які відповідають обраному стилю та забезпечують комфорт для клієнтів;
- розглянення елементів декору, які підкреслюють обрану тематику та атмосферу (освітлення, картини, рослини, декоративні елементи тощо);
- планування розташування барної стійки та робочого простору для персоналу;
- забезпечення достатньої кількості простору для зберігання та підготовки інгредієнтів;
- врахування потреб у звукоізоляції та акустичному оформленні для створення комфортної атмосфери;
- врахування вимог щодо пожежної безпеки та електробезпеки;
- забезпечення відповідальності нормам санітарії та гігієни.

Етап 5. Організаційна структура та персонал [19].

До ключових пунктів, які варто врахувати при розробці організаційної структури та формування персоналу входить:

- визначення ключових посад (бармен, бариста, сомельє, офіціанти та кухар);
- визначення організаційної структури (менеджер бару, менеджер за обслуговуванням гостей, менеджер з кухні, барний менеджер).

До ключових аспектів можна віднести: розробку меню та напоїв, атмосферу та інтер'єр, маркетинг та рекламу.

При розробці маркетингу та реклами підприємства для ефективного просування підприємства можна дотримуватися таких рекомендацій.

- брендування: розробка сильного бренду для бару, включаючи логотип, назву та візуальний стиль відображає концепцію вашого бару і привертає увагу цільової аудиторії;
- онлайн-присутність: створення профілю бару на соціальних мережах, які є популярними серед цільової аудиторії, оновлення соціальних медіа, розповсюдження фотографій, спеціальні пропозиції, новини та відгуки клієнтів;
- інфлюенсери та співпраця: можливість співпраці з локальними інфлюенсерами або блогерами, які мають велику аудиторію та цінність у обраній ніші. запрошення їх відвідати бар та розповісти про нього в своїх соціальних мережах або блогах;
- ексклюзивні події та акції: організація спеціальних подій, тематичних вечірок, концертів або дегустацій, які привернуть увагу і створять особливу атмосферу. розглянення можливості пропонувати акційні пропозиції, знижки або бонуси для постійних клієнтів;
- реклама у місцевих ЗМІ: розміщення реклами бару в місцевих ЗМІ, таких як газети, радіостанції або телебачення. використання рекламних оголошень, статей, спонсорських програм або інтерв'ю, щоб привернути увагу місцевої аудиторії і розповісти про бар;

– партнерства з місцевими підприємствами: розглянення можливості укладання партнерських угод з місцевими готелями, ресторанами, туристичними агентствами або іншими підприємствами. пропонування спеціальних пакетів або знижок для їх клієнтів, а вони в свою чергу можуть рекомендувати ваш бар своїм гостям;

– розсилка та електронний маркетинг: збирання електронних адрес своїх клієнтів і регулярне надсилання їм інформації про спеціальні пропозиції, нові напої, події та акції. використання електронного маркетингу, щоб залишатися у контакті з вашою цільовою аудиторією;

– онлайн-резервації та відгуки: забезпечення можливості онлайн-резервацій для бару через веб-сайт або додаток. активне стимулювання клієнтів залишати відгуки та рейтинги про бар на різних платформах, таких як google, tripadvisor або спеціалізовані сайти;

– лояльність та програми винагород: розробка програми лояльності для постійних клієнтів, де вони можуть отримувати знижки, бонуси або спеціальні привілеї. це сприятиме збереженню клієнтів і поширенню позитивних відгуків про бар.

Розробка концепції бару вимагає уважного планування і використання різних технологій, до яких можна віднести:

1. Використання соціальних досліджень та аналітики.

У першу чергу, соціальні дослідження надають можливість збирати та аналізувати дані щодо вподобань, потреб та поведінки цільової аудиторії. Застосування опитувань, спостереження за соціальними медіа та аналіз трендів дозволяє отримати інсайти, які необхідні для розуміння того, які напої, стиль обслуговування та атмосфера привернуть увагу цільової аудиторії.

Другий аспект, аналітика даних, є важливим для оцінки конкурентного середовища та виявлення можливостей для створення унікальної концепції бару. Шляхом аналізу рейтингів та відгуків про конкурентів можна виявити їхні слабкі місця та знайти способи надання унікальних пропозицій, які зможуть залучити більше клієнтів.

Третій етап полягає у використанні соціальних досліджень і аналітики для тестування різних аспектів концепції бару перед його запуском. Здійснюючи опитування або організовуючи фокус-групи, можна отримати зворотний зв'язок стосовно меню, дизайну і обслуговування, що дозволить внести корективи та вдосконалити концепцію перед відкриттям [18].

На останнє місце відводиться моніторинг успішності. Після відкриття бару, важливо продовжувати використовувати соціальні дослідження та аналітику для збору даних про задоволення клієнтів, ефективність рекламних кампаній та відгуки про бар. Це допоможе виявити потенційні проблеми, зробити відповідні корективи та впровадити стратегії для підвищення рівня задоволення клієнтів та ефективності бізнесу.

## 2. Робота з професійними консультантами та експертами

Однією з ключових переваг є експертний аналіз та знання, які консультанти та експерти вносять у процес розробки концепції бару. Вони мають значний досвід і глибокі знання в галузі ресторанного бізнесу та барменського мистецтва, що дозволяє отримати професійний аналіз ринку, трендів, конкурентів та найкращих практик.

Співпраця з професійними консультантами та експертами також сприяє стратегічному плануванню. Вони допомагають визначити стратегічні цілі та напрями розвитку бару шляхом аналізу ринку, цільової аудиторії та конкурентної переваги. Це дозволяє створити чіткий план дій та стратегію розвитку, спрямовану на успіх проекту.

Крім того, професійні консультанти та експерти мають великий досвід у дизайні та концептуалізації барів. Вони допомагають розробити ефективний дизайн і концепцію бару, які відповідають потребам цільової аудиторії та враховують ринкові тенденції [16].

## 3. Тестування концепції та отримання зворотнього зв'язку

Тестування концепції бару дозволяє провести експериментальну перевірку ідеї та визначити, наскільки вона відповідає очікуванням цільової аудиторії. Це може бути здійснено шляхом проведення опитувань, фокус-груп,

або організації пробного періоду функціонування бару. Такий підхід дозволяє зібрати важливі дані та зворотний зв'язок щодо меню, атмосфери, обслуговування та загального задоволення клієнтів. Отримання зворотного зв'язку від гостей та клієнтів є також важливою частиною цієї технології. Це може включати збір відгуків, оцінок та рекомендацій через різні канали, такі як соціальні медіа, онлайн-платформи або прямий зв'язок з клієнтами. Аналіз такого зворотного зв'язку дозволяє отримати цінні інсайти стосовно вподобань, потреб та задоволення клієнтів, а також ідентифікувати можливі проблеми та пропозиції для покращення. Тестування концепції та отримання зворотного зв'язку допомагають зменшити ризики та покращити прийняття рішень у процесі розробки концепції бару. Ці дані є цінними для коригування та вдосконалення концепції перед впровадженням її на практиці. Завдяки тестуванню та зворотному зв'язку можна виявити потенційні проблеми та недоліки, а також з'ясувати, як краще задовольняти потреби клієнтів та покращити їх задоволення.

Створення концепції базується на декількох принципах:

- надання високоякісних та унікальних послуг;
- використання унікальної технології приготування страв;
- впровадження змін у технології виробництва, спрямованих на зниження витрат на одиницю продукції [4].

Обрані ознаки концепції закладу представлені у вигляді табл. 1.2

Таблиця 1.2

#### Концепція мексиканського бару

Ознаки концепції	Характеристика ознак
Тип	Коктейльний бар
Клас проєктуємого закладу	Бар – середній клас, екзотичні коктейлі
Кулінарне спрямування закладу	Мексиканська кухня
Місце знаходження:	м. Харків, Вул. Сумська
Контингент споживачів	Розсереджений (туристи, молодь та студенти, представники бізнесу, мешканці та гості району, міста ін.)

Формат закладу	Повно сервісний
----------------	-----------------

Продовження табл. 1.2

Формат виробництва	Повний цикл виробництва, використання інноваційних технологій
Філософія використання просторових ресурсів	Виробництво продукції та подача страв
Організація дозвілля	Жива та фонова музика
Форма обслуговування	Офіціантами в класичному одязі з елементами мексиканського стилю
Дизайнерський стиль	Мексиканський сучасний стиль, музика

Джерело: розроблено автором

Отже, розробка концепції бару є важливим етапом в створенні успішного закладу, який забезпечить високу якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Для досягнення цього необхідно проводити детальний аналіз ринку та використовувати сучасні технології, що допоможуть визначити цільову аудиторію, розробити унікальну концепцію, розрахувати інвестиції та час їх повернення, створити фірмовий стиль закладу та розробити механізми контролю та взаємодії з постачальниками.

Усі етапи розробки концепції бару мають важливість і повинні бути виконані з уважністю та проникненням. Успіх закладу залежить від правильної розробки концепції та її реалізації в життя. Це можливо забезпечити за допомогою детального аналізу ринку та конкурентів, вивчення тенденцій та популярних напрямків в галузі, використання сучасних технологій та фокусу на вимогах та потребах цільової аудиторії [3].

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Таким чином було розглянуто різні аспекти, які мають важливе значення при створенні та розвитку закладу харчування. Під час розробки концепції необхідно враховувати типи сучасних закладів харчування, такі як ресторани,

кафе, бари, кав'ярні тощо, оскільки кожен з них має свої унікальні особливості та вимоги.

Крім того, особливу увагу слід приділяти концепції бару, оскільки це специфічний тип закладу, що вимагає створення особливої атмосфери, підбору асортименту напоїв та налагодження барної команди. Визначення цільової аудиторії та розробка унікальної барної концепції є ключовими елементами успішного розвитку бару.

Важливо також враховувати економічні, соціокультурні, гастрономічні, здоров'язбережувальні та екологічні фактори під час розробки концепції. Ці аспекти впливають на фінансову стійкість, вподобання клієнтів, харчову цінність страв, здоров'я та екологічну стійкість закладу.

Успішна розробка концепції закладу харчування дозволяє створити впізнаваний бренд, залучити та утримувати клієнтів, задовольнити їхні потреби та очікування, а також створити особливий досвід харчування. Зазначені аспекти є важливими для досягнення успіху та стабільного функціонування закладу харчування.

## РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ТА ПРОСУВАННЯ МЕКСИКАНСЬКОГО БАРУ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

### 2.1. Аналіз ринку готельно-ресторанних послуг

Аналіз ринку готельно-ресторанних послуг є важливою складовою стратегічного планування в готельному та ресторанному бізнесі. Це дозволяє оцінити стан та потенційні можливості ринку, розробити ефективну маркетингову стратегію та прийняти обґрунтовані рішення щодо подальшого розвитку бізнесу [6].

Були проаналізовані статистичні дані щодо обсягу реалізованих послуг підприємствами сфери послуг за останні 5 років (2017-2021 рік) у табл.2.1

Таблиця 2.1

Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг за останні 5 років (2018-2021 рік)

	Квартал	Обсяг реалізованих послуг, тис.грн	у т.ч. реалізовано послуг населенню	
			усього, млн. грн	"у % до загального обсягу
Тимчасове розміщення й організація харчування	IV	87,1	10,8	12,4
Тимчасове розміщення й організація харчування	I	5,9	4,2	70,1
	II	7,4	5,2	70,3
	III	8,1	5,5	67,5
	IV	7,2	5,0	69,6
Тимчасове розміщення й організація харчування	I	6,9	5,0	71,6
	II	8,4	6,1	71,6
	III	9,4	6,6	70,1
	IV	8,5	6,1	71,2
Тимчасове розміщення й організація харчування	I	5,3	3,5	65,0
	II	2,5	1,6	72,0

	III	5,1	3,7	71.3
	IV	5,0	3,4	68,5
Тимчасове розміщування й організація харчування	I	5,5	3,6	64.8
	II	6,8	4,3	62.1
	III	9,5	6,2	64.7
	IV	8,3	5,3	63.3

Джерело: розроблено автором

На основі наданих статистичних даних про обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг за останні 5 років можна зробити наступні висновки:

- загальний обсяг реалізованих послуг у сфері тимчасового розміщення й організації харчування зазнав коливань протягом розглянутого періоду;

- у 2017 році спостерігалась значна зростання обсягу реалізованих послуг у порівнянні з попереднім роком, досягнувши позначки 87 млн. грн. у той же рік, обсяг послуг, наданих населенню, склав 10 мле. тис. грн або 12,4% від загального обсягу;

- у 2018 році спостерігався спад обсягу реалізованих послуг у порівнянні з 2017 роком. однак, протягом 2018-2021 років, обсяг реалізованих послуг зберігався на стабільному рівні, коливаючись у межах 5-9 мільйонів тис. грн;

- значна частина обсягу реалізованих послуг у сфері тимчасового розміщення й організації харчування припадала на послуги, надані населенню. цей показник зазвичай становив близько 70% від загального обсягу реалізованих послуг;

- протягом останніх 5 років не спостерігалось систематичного зростання або спаду обсягу реалізованих послуг. замість цього, обсяги коливалися на певному рівні, можливо, впливані сезонними чинниками або економічними умовами.

На підставі цих даних можна зробити припущення, що сфера тимчасового розміщення й організації харчування виявляє стійкість і відносну стабільність у своєму розвитку, але потребує додаткового аналізу та спостереження за подальшими змінами. При прогнозуванні майбутнього розвитку цієї сфери варто враховувати змінні економічні умови та фактори, що можуть вплинути на попит на послуги готельно-ресторанного господарства.

Також були проаналізовані очікування підприємств сфери послуг щодо перспектив розвитку їх ділової активності у II кварталі 2023 року.

У II кварталі 2023р. індикатор ділової впевненості у сфері послуг підвищився порівняно з I кварталом 2023р. на 7,8 в.п. і становить мінус 6,2% (рис. 2.1).

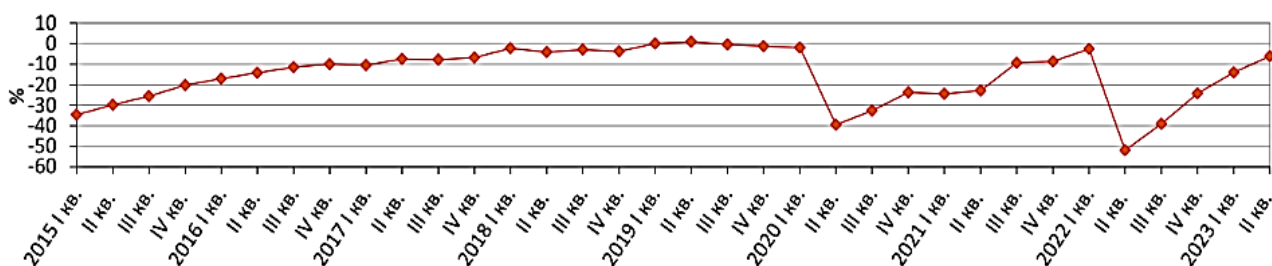


Рис 2.1. Індикатор ділової впевненості у сфері послуг

Джерело: графік розроблено за джерелом [5]

Усі складові для розрахунку цього індикатора мають такі сезонно скориговані значення балансів:

– щодо бізнес-ситуації за січень-березень 2023р. – мінус 5% (рис 2.2).

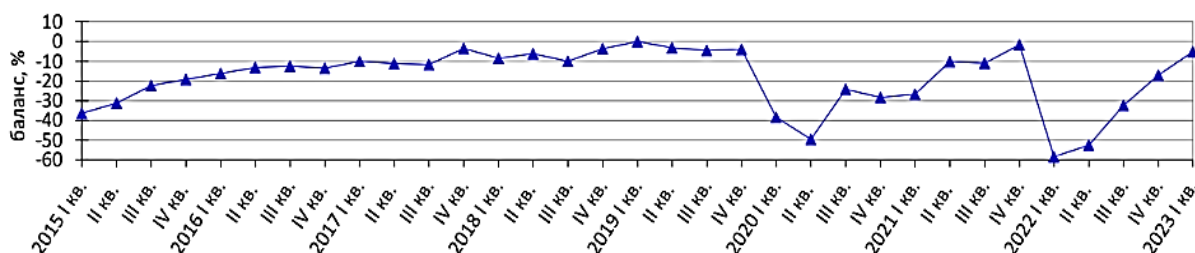


Рис. 2.2. Оцінка змін бізнес-ситуації у сфері послуг за попередні три місяці

Джерело: графік розроблено за джерелом [5]

Оцінка попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) за січень-березень 2023р. – мінус 7%, а очікування за цим показником у II кварталі 2023р. становлять мінус 6% (рис 2.3).

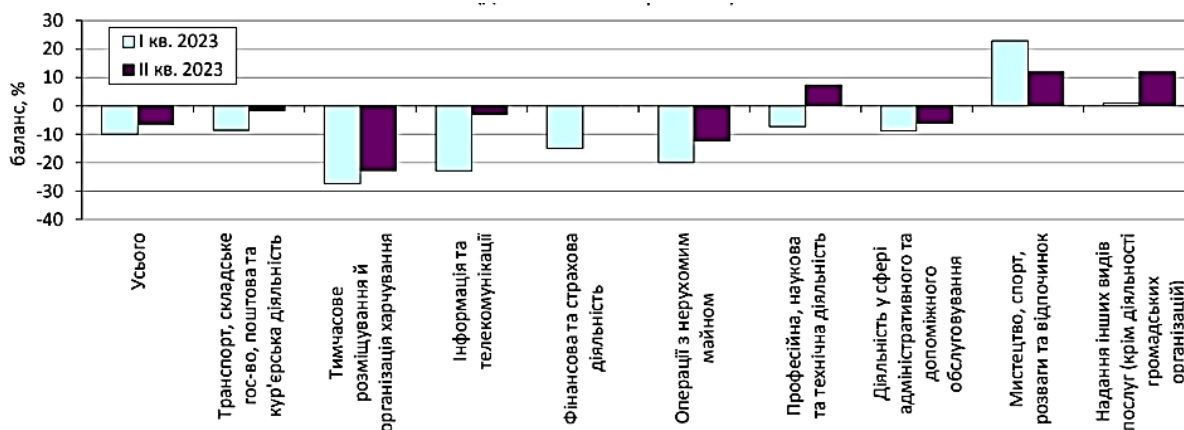


Рис 2.3 Очікувані зміни попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) підприємств сфери послуг

Джерело: графік розроблено за джерелом [5]

За результатами обстеження підприємств сфери послуг виявлено такі очікування респондентів щодо стану їх ділової активності на II квартал 2023р. порівняно з попереднім кварталом.

– Уповільнення темпів зменшення кількості працівників на підприємствах сфери послуг (рис. 2.4).

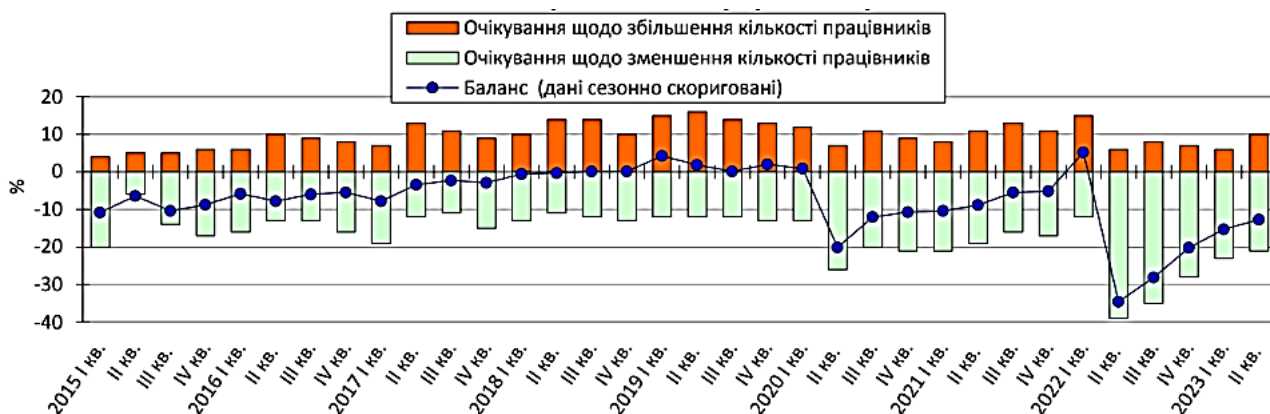


Рис. 2.4. Очікувані зміни кількості працівників на підприємствах сфери послуг

Джерело: графік розроблено за джерелом [5]

– Зростання цін на послуги підприємств сфери послуг (рис 2.5).

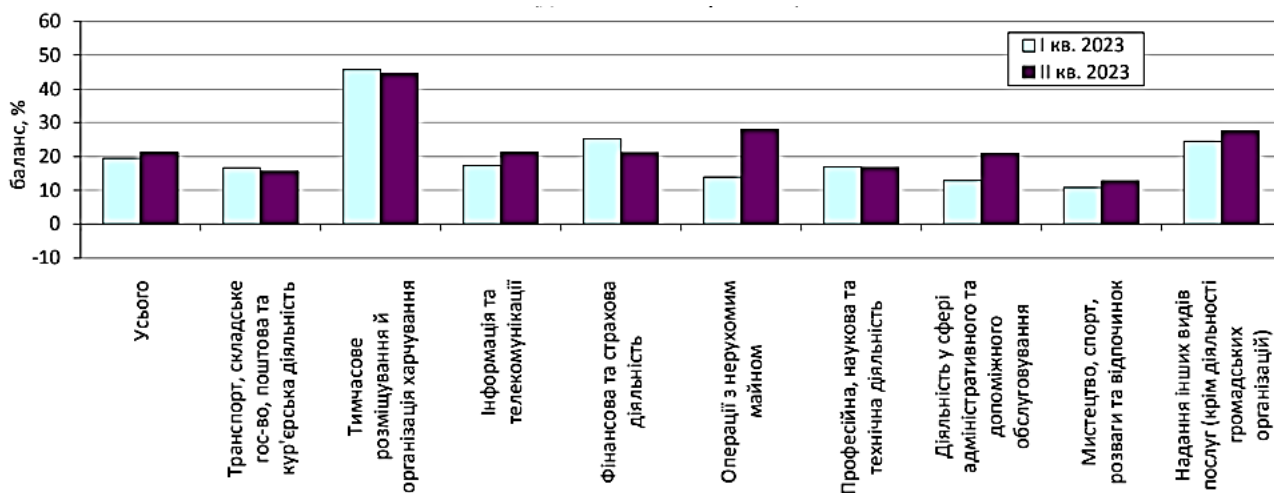


Рис. 2.5. Очікувані зміни цін на послуги підприємств сфери послуг

Джерело: графік розроблено за джерелом [5]

– Найбільшими чинниками, що стримують роботу підприємств сфери послуг, залишаються інші фактори (рис. 2.6).

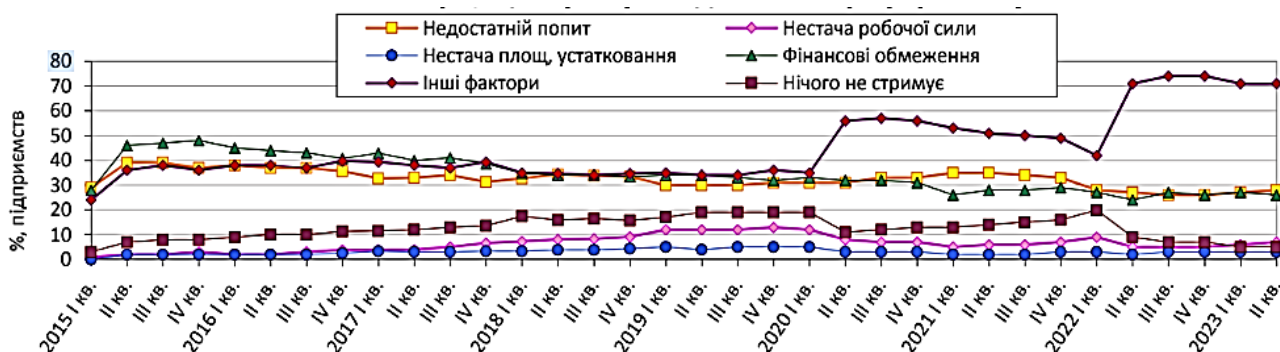


Рис. 2.6 Фактори, що стримують діяльність сфери послуг

Джерело: графік розроблено за джерелом [5]

– підвищення на 1 в.п. завантаженості потужностей підприємств сфери послуг, яка в середньому становить 84%.

У II кварталі 2023р. індикатор ділової впевненості у сфері фінансових послуг підвищився порівняно з I кварталом 2023р. на 8,7 в.п. і становить мінус 8% (рис. 2.7).

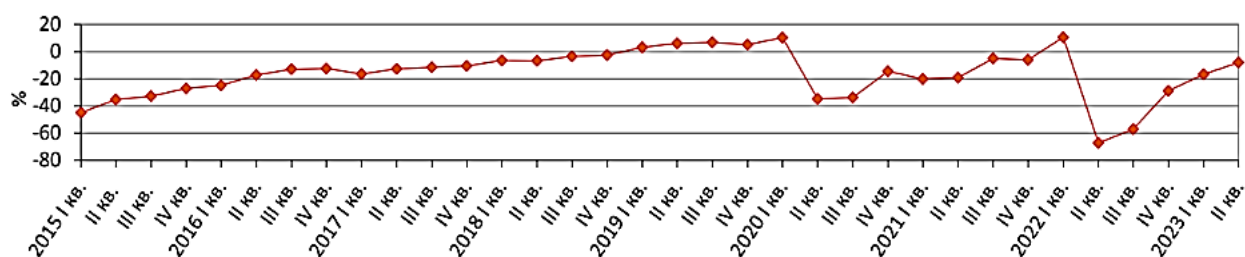


Рис 2.7. Індикатор ділової впевненості у сфері послуг

Джерело: графік розроблено за джерелом [5]

Також було проведено опитування щодо роботи підприємств сфери послуг у квітні 2023 року, інформація про яку наведена у табл. 2.2

Таблиця 2.2

Результати опитування щодо роботи підприємств сфери послуг  
у квітні 2023 року

Сфера послуг (секції N–N, R, S, крім розділу 94 за КВЕД-2010)	Результати опитування 805 підприємств (відсотків до загальної кількості опитаних підприємств)						
	Як змінилась бізнес- ситуація за січень- березень 2023р.	поліп- шилась	не змінилась	Погірши лась	не відпові ли	ба ла нс	зміна балансу до I кв. 2023, в.п.
		15	57	28	0	-13	4
	Як змінились за січень- березень 2023р.:	більше	Без змін	менше	не відпові ли	ба ла нс	Зміна балансу до I кв. 2023, в.п

	попит на послуги (обсяг реалізації послуг)	18	51	31	0	-13	-1
	кількість працівників	12	51	37	0	-25	7

Продовження табл. 2.2

	У цей час передбачити майбутній розвиток бізнес-ситуації на підприємстві:	легко	Досить легко/ Досить важко	важко	Не відповіди	Баланс	Зміна балансу до I кв. 2023, в.п.
		1	2/ 51	46	0	70	0
	Як, на Вашу думку, зміняться у квітні-червні 2023р.:	більше	Без змін	менше	Не відповіди	баланс	Зміна балансу до I кв. 2023, в.п.
	попит на послуги (обсяг реалізації послуг)	20	60	20	0	0	18
	кількість працівників	10	69	21	0	-11	6
	ціни на послуги	22	73	4	1	18	-7

Джерело: графік розроблено за джерелом [5]

На основі результатів опитування можна зробити наступні висновки щодо сфери послуг:

1. Готельно-ресторанна сфера:
  - бізнес-ситуація за січень-березень 2023 року була стабільною для більшості підприємств, але деякі відзначили погіршення;
  - попит на послуги залишався стабільним або зросло для більшості підприємств;
  - кількість працівників залишалась незмінною або зменшувалась.

Загалом, результати опитування вказують на певну стабільність у готельно-ресторанній сфері. Прогнози на майбутнє свідчать про збільшення попиту на послуги у готельно-ресторанній сфері [6].

У даному дослідженні також було проведено аналіз концепції мексиканського бару у конкурентів, зосередившись на таких аспектах, як меню, атмосфера, обслуговування, дизайн закладу та ін. Було оцінено, які мексиканські бари привертають клієнтів своїм унікальним підходом, ідентифіковано спільні та відмінні риси конкурентів та проаналізовано їх вплив на успішність бізнесу.

Для аналізу були обрані декілька закладів, які мають певну популярність у Харкові, аби сформулювати певну картину щодо сприйняття концепції мексиканських барів Харкова, а також відзначити переваги та недоліки потенціальних конкурентів (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

## Порівняльна характеристика конкурентів.

Параметр порівняння	“Escobar”	“Kefir”	“Taco Loco”
Атмосфера та дизайн	Дизайн закладу яскравий, з різноманітними малюнками та стінах. Колірна палітра відображає латиноамериканську культуру. Освітлення приглушене, що надає затишності бару.	Дизайн закладу мінімалістичний з тематикою Rock’N’Sport. Переважають світлі тона у барі. У декорі використовується багато каменю та дерева, що надає затишної атмосфери.	Дизайн закладу відображає латиноамериканську культуру, має унікальні візерунки на стінах. Колірна палітна переважно світла, заклад має багато природних матеріалів, таких як дерево, що надає теплоти та природності до

			атмосфери закладу.
Обслуговування	Обслуговування за столом.	Обслуговування за столом.	Обслуговування за столом.
Розташування	Недалеко від центру у спальному районі.	У центрі міста.	У центрі міста.
Інтерактивність	Настільні ігри.	Тематичні вечори.	Шоу-програма, танцмайданчик.
Відгуки та рейтинги	Має рейтинг 4.5 (1111 відгуків) у гугл картах. Переважно хороші відгуки.	Має рейтинг 4.5 у гугл картах. Переважно хороші відгуки.	Має рейтинг 3.5 (2 відгуки) у гугл картах.
Цільова аудиторія	Аудиторія переважно 18-35 років з середнім доходом. Серед аудиторії переважно любителі вечірок та смачної їжі.	Аудиторія переважно 18-35 років з середнім доходом. Серед аудиторії переважно любителі спортивних ігор та музики жанру рок.	Аудиторія переважно 18-35 років з середнім доходом. Серед аудиторії переважно любителі вечірок та смачної їжі.

Продовження таблиці 2.3

Автентичність та інновації	Заклад відповідає своїй концепції. Надає якісні послуги з харчування, має високий рівень сервісу та гостинності. Серед особливостей бару можна виділити наявність окремих кабінок для компаній з 4-12 людей, а також кабінок для «закоханих» та настільних ігор.	Заклад відповідає своїй концепції. Надає якісні послуги з харчування, має високий рівень сервісу та гостинності. До особливостей можна віднести спортивні трансляції у закладі та наявність живої музики у виконанні відомих українських виконавців.	Заклад відповідає своїй концепції. Надає якісні послуги з харчування, має високий рівень сервісу та гостинності. До особливостей можна віднести те, що заклад має затишну літню терасу в автентичному, мексиканському стилі. Має шоу-програми та танцмайданчик.
Меню та тип кухні	Пропонує сучасну кухню з елементами фухіон та латиноамериканської кухні. Серед них можна знайти такі популярні страви, як тапас, тако, буріто гуакамоле та інші. Пропонуються страви на грилі, бургери та сендвічі. Меню також може включати різні варіації сирів, соусів та спецій, що додають багатогранність та оригінальний смак стравам. Крім того, в меню можуть	Пропонує комбінацію сучасної кухні та затишної атмосфери. До особливостей кухні можна віднести наявність веганських та вегетеріанських страв, фітнес-меню та страви з морепродуктів [22].	Пропонує великий вибір мексиканських страв та орієнтований на автентичній мексиканській кухні. Серед страв найпопулярнішими є тако, кесаділья, фахітас та інші, особливостями яких є великий вибір начинок, які можна обрати за своїми вподобаннями. Також заклад пропонує

	бути присутні страви для вегетаріанців та веганів, що розширює мету аудиторію та враховує потреби різних груп клієнтів [21].		гуакомоле та сальсу, які готуються у закладі по особливим рецептам [23].
--	--	--	--

Джерело: розроблено автором

Загальним висновком до таблиці, можна сказати, що всі три заклади (Escobar, Kefir та Taco Loco) пропонують різноманітність страв, які відповідають своїй концепції та цільовій аудиторії. Вони залучають клієнтів своїм унікальним меню, атмосферою та обслуговуванням за столом. Кожен з закладів має свої переваги, наприклад, "Escobar" пропонує сучасну кухню з елементами фюзіон та латиноамериканської кухні, "Kefir" зосереджений на здоровому харчуванні та спортивній атмосфері, а "Taco Loco" спеціалізується на мексиканській кухні та розважальних шоу [22].

Однак, деякі недоліки також можна виділити. Наприклад, "Taco Loco" має нижчий рейтинг та обмежену кількість відгуків, що може вказувати на меншу популярність серед клієнтів. Крім того, "Escobar" та "Kefir" мають високий рейтинг, але це також може створювати конкурентну ситуацію між ними [21].

Узагальнюючи, кожен з конкурентних закладів має свою унікальність і переваги, які приваблюють свою цільову аудиторію. Для успішної роботи в цій галузі, важливо підтримувати високу якість страв, надавати якісне обслуговування та створювати привітну та затишну атмосферу для клієнтів. Також важливо активно просувати свій заклад та стежити за змінами в смаках та вподобаннях цільової аудиторії, щоб задовольняти їх потреби та бути конкурентноздатним на ринку.

Окрім порівняльної характеристики конкурентів щодо параметрів, які відносяться до концепції закладу було також розроблено порівняльну продукцію конкурентів (табл. 2.4)

Таблиця 2.4

#### Порівняльна характеристика продукції конкурентів

Escobar	Ціна	Kefir	Ціна	Taco Loco	Ціна
Tequila Sunrise	85	Tequila Sunrise	135	Tequila Sunrise	115
Margarita	85	-	-	Margarita Classic	115

Long Island	130	Long Island Ice Tea	140	Mexican Island	175
Cuba Libre	75	Cuba Libre	115	Cuba Libre	115
Gin Tonic	75	Gin Tonic	145	Gin Tonic	120
Espolan Blanco	75	-	-	Espolan Blanco	110
Espolan Reposado	80	-	-	Espolan Reposado	110
-	-	Olmecca Blanco	60	Olmecca Blanco	110
Jack Daniels	95	-	-	Jack Daniels	125
Martini Blanco	40	Martini Blanco	45	Martini Blanco	60
Сидр	43	Сидр	29	Сидр	70
Безалкогольне пиво	45	Безалкогольное пиво	44	Безалкогольне пиво	95
Тасо (з куркою)	95	-	-	Тасо (з куркою)	50
Тасо (з телятиною)	95	-	-	Тасо (з телятиною)	60
Тасо (з овочами)	80	-	-	Тасо (з овочами)	50

Taco (с креветками)	115	-	-	Taco (з креветками)	70
Burrito (з куркою)	120	-	-	Burrito (з куркою)	120
Burrito (з телятиною)	120	-	-	Burrito (з телятиною)	130
Burrito (з овочами)	105	-	-	Burrito (з овочами)	120
Burrito (з креветками)	135	-	-	Burrito (з креветками та телятиною)	170
Fajitas (з телятиною)	150	-	-	Fajitas (з телятиною)	150
Chimichangas	95	-	-	Chimichangas	130
Quesadilla four cheese	102	-	-	Quesadilla Nortena	70
Guacamole	40	-	-	Guacamole	40
Salsa fresca	30	-	-	Salsa fresca	40
Chipotle cream	20	-	-	Chipotle cream	40

Джерело: розроблено автором

Враховуючи ці фактори, споживачі можуть зробити свій вибір в залежності від особистих уподобань і пріоритетів. Якщо споживачі шукають різноманіття коктейлів та страв з фузіон та латиноамериканської кухні, вони можуть звернутись до "Escobar". Якщо вони цінують більший вибір коктейлів та мексиканську кухню, варто розглянути "Taco Loco". З іншого боку, якщо споживачам важливо здорове харчування та безалкогольні напої, "Kefir" може бути їх вибором [22].

Крім того, цінова політика також може впливати на вибір споживачів. Ті, хто шукає доступніші ціни, можуть звернутись до "Kefir", особливо для безалкогольних напоїв. Однак, якщо споживачі готові заплатити більше за унікальні коктейлі та страви, вони можуть обрати "Escobar" або "Taco Loco".

Загалом, вибір залежить від багатьох факторів, таких як особисті уподобання, бажаність спробувати нові смаки, цінові можливості та наявність конкретних страв чи напоїв у закладах. Порівняльна характеристика продукції конкурентів може допомогти споживачам зробити обґрунтований вибір відповідно до їхніх власних пріоритетів та очікувань.

## 2.2. Особливості створення меню мексиканського бару

Готельно-ресторанна індустрія має велике значення у задоволенні потреб гостей, а створення привабливого та різноманітного меню є важливою складовою успіху закладу. Одним зі специфічних напрямків в готельно-ресторанній сфері є мексиканські бари, які пропонують аутентичну кухню та атмосферу Мексики. В даній дипломній роботі досліджуються особливості створення меню мексиканського бару та його значення для задоволення потреб гостей.

Значення меню у мексиканському барі [24].

Інформаційна функція:

- меню є основним джерелом інформації для гостей щодо страв та напоїв, що пропонуються у закладі;
- воно надає детальні відомості про склад і специфіку мексиканських страв, що допомагає гостям зробити вибір відповідно до їхніх вподобань.

Подання атмосфери та культурного досвіду:

- меню створює атмосферу та передає елементи мексиканської культури через використання традиційних назв страв, опису їх походження та історії;
- допомагає гостям відчувати смак і аутентичний дух Мексики через вибір традиційних мексиканських страв та напоїв [25].

Вплив на задоволення гостей:

- різноманітність та якість страв і напоїв у меню мають прямий вплив на задоволення гостей і їхню вибірковість.

Маркетинговий імідж закладу:

- меню виступає як ефективний інструмент формування маркетингового іміджу мексиканського бару;
- унікальні та інноваційні пропозиції в меню можуть привернути увагу нових клієнтів та створити позитивне враження про заклад.

Гнучкість та адаптованість:

- меню мексиканського бару повинно бути гнучким та адаптованим до потреб різних груп клієнтів;

- може містити варіації страв та напоїв, щоб задовольнити вимоги дієтичних обмежень, вегетаріанського або веганського харчування [25].

До смакових виборів мексиканської кухні можна віднести:

- виразний смак: мексиканська кухня славиться своїми виразними смаками, які поєднуються зі свіжістю та ароматами. вона відома своїми гострими, пікантними і кисло-солодкими смаками, які викликають вибух енергії на смакових рецепторах[26];

- використання трав і спецій: мексиканська кухня використовує багато трав і спецій, які надають їжі особливий смак і аромат. часто використовуються кумин, коріандр, орегано, кинза, чилі, паприка і лайм;

- комбінація солодкого і гострого: одна з особливостей мексиканської кухні – комбінація солодкого і гострого. це може бути поєднання солодкого фруктового соусу з гострими приправами або використання гострого перцю зі солодкими інгредієнтами;

- використання автентичних інгредієнтів: мексиканська кухня використовує автентичні інгредієнти, такі як авокадо, кукурудза, чилі, чорна бобова фасоля, лайм, помідори і квасоля;

- різноманітність страв: мексиканська кухня пропонує великий вибір страв, від традиційних таких як тако і чільї кон карне до більш сучасних інтерпретацій, які поєднують мексиканські інгредієнти зі світовими кулінарними впливами;

- адаптація до сучасних тенденцій: незважаючи на традиційність, меню мексиканського бару може бути адаптовано до сучасних тенденцій, включаючи веганські та вегетаріанські варіанти, низькокалорійні страви та альтернативні способи готування.

Мексика є країною з багатим кулінарним спадщиною, яка складається з різноманітних регіональних кухонь. Кожен регіон Мексики має свої унікальні страви, традиції і смаки, які відображають його географічне положення, клімат, історію та культуру. У таблиці наведені декілька регіональних особливостей кухні Мексики (табл. 2.5)

Таблиця 2.5

## Регіональні кухні Мексики

№з/п	Назва регіону	Характеристика
1.	Оаксака	Регіон Оаксака відомий своїми молочними продуктами, особливо сиром кесо Оаксака, який використовується в багатьох стравах. Також характерні страви з молотим шоколадом, маїсовими продуктами та моллюсками.
2.	Юкатан	У регіоні Юкатан поширені страви майя, включаючи качині та майсові страви. Використання анато, капсику та цитрусових дає їжі особливий смак. Популярні страви включають качину сальну, поколач та цибулю хабанеро.
3.	Мехіко	Мексико-сіті пропонує різноманіття кухонь з усіх регіонів країни. Тут можна знайти широкий вибір страв, від традиційних до сучасних інтерпретацій. Регіональні впливи з усіх куточків Мексики збираються в цьому місті.
4.	Пуебла	Регіон Пуебла славиться своїми молотими соусами та використанням гострих перців. Тут можна знайти такі страви, як молочний десерт калва-басса, маріско тостада та пуебланську кухню з використанням маленьких гострих перців.
5.	Сонара	У регіоні Сонара популярні морепродукти, зокрема креветки та рибу, які використовуються у різних стравах. Тут також популярне м'ясо баранини, а також страви, які поєднують в собі мексиканські та американські впливи.
6.	Чіуауа	У регіоні Чіуауа поширені страви з м'яса, особливо асадо та барбакоа. Вони використовують різні методи приготування м'яса, що надає йому унікальний смак. Також характерними є пиво та текіла, які додають особливого смаку в місцеві страви.
7.	Веракрус	Регіон Веракрус розташований біля узбережжя та відомий своїми стравами з морепродуктів. Тут можна скуштувати різноманітні рибні та морепродуктові страви, такі як seviche (мариновані риба або морепродукти), ароз-верде (зелений рис з морепродуктами) та мулес (моллюски, готовані у соусі).

Джерело: розроблено автором

Розробка меню мексиканського бару заснована на виборі кухні регіону Мехіко з декількох ключових причин, які мають важливе значення для створення автентичного та захоплюючого гастрономічного досвіду для відвідувачів[26].

Культурне значення: Мехіко - столиця та культурний центр Мексики, який відіграє визначну роль у формуванні мексиканської кулінарної традиції. Цей регіон відомий своєю багатошаровою культурою, яка вплинула на створення унікальних страв та напоїв. Включення кухні регіону Мехіко в меню дозволяє гостям бару поглибитися у цю культурну спадщину та насолодитися смаками, які відображають багатство традицій та інновацій мексиканської кухні.

Різноманітність страв: Кухня Мехіко відома своєю неймовірною різноманітністю страв та смаків. Вона поєднує класичні мексиканські елементи з впливами інших кухонь, таких як іспанська, індігенна та континентальна. Це дозволяє створити багатий вибір страв, які включають смачні тортильї, сочні м'ясні страви, пікантні соуси та освіжаючі напої. Включення цієї різноманітності до меню бару дозволить задовольнити різні смакові уподобання та вподобання відвідувачів[26].

Популярність та визнання: Мексиканська кухня, зокрема страви регіону Мехіко, вже має світову популярність та визнання. Багато страв, таких як гуакамолє, фахітас, енахос, енчіладас, мольє та маргарита, стали улюбленими іконами мексиканської кухні у всьому світі. Включення цих популярних страв та напоїв у меню мексиканського бару забезпечує залучення широкої аудиторії, яка вже знайома з цими стравами та бажає насолодитися їх аутентичним смаком і атмосферою[28].

Інновації та творчий підхід: Вибір кухні регіону Мехіко для розробки меню мексиканського бару також відкриває широкі можливості для інновацій та творчого підходу. Використання традиційних рецептів та інгредієнтів в поєднанні з сучасними техніками готування та презентації дозволяє створити унікальні та захоплюючі страви, які привернуть увагу гостей бару та стануть справжнім досвідом для їх смакових рецепторів [25].

Таким чином, обрання кухні регіону Мехіко для розробки меню мексиканського бару має підґрунтя у її культурному значенні, різноманітності страв, популярності та можливості для творчого підходу. Це забезпечить

неповторний та захоплюючий гастрономічний досвід для відвідувачів бару, які зможуть насолоджуватися смаками та атмосферою мексиканської кухні.

Також є важливим адаптування мексиканського меню до українського споживача, тому при розробці меню була звернена увага до наступних пунктів [25].

- варіації традиційних страв: приготування класичних мексиканських страв, таких як такос, енчіладас або квесадільяс, з використанням українських інгредієнтів і сезонних продуктів;

- застосування місцевих інгредієнтів: використання українських овочів, зелені, сиру та м'ясних продуктів у мексиканських стравах, щоб додати унікальний смак і адаптувати їх до місцевих уподобань;

- привабливість для вегетаріанців і веганів: включення в меню варіантів безм'ясних страв, таких як вегетаріанські факітас або квіноа-салат з авокадо, щоб задовольнити потреби вегетаріанської та веганської аудиторії;

- модифікація рівня пікантності: українські споживачі можуть не бути звиклими до високого рівня пікантності, характерного для мексиканської кухні. тому варто регулювати пікантність страв, щоб вони задовольняли більш широкий спектр смакових уподобань;

- створення нових комбінацій: експериментація з поєднанням елементів мексиканської кухні з українськими стравами або іншими кухнями, щоб створити унікальні поєднання смаків, які можуть привернути українських споживачів.

Щоб додати особливості закладу та зробити меню більш привабливим для українців було вирішено внести до меню також страви, які б поєднували українську та мексиканську кухні [29].

До цих страв входять:

1. Борщ з гуакомоле.

Страва готується як традиційний український борщ, але подається разом з гуакомоле (авокадо, помідори, цибуля, чилі та лайм), що додає страві свіжість та колорит.

## 2. Кукурудзяний пиріг з авокадо-сирним соусом.

Готується український кукурудзяний пиріг, з використанням свіжої або коксервованої кукурузи, як основний інгредієнт. Подається з авокадо-сирним соусом, приготовленим з авокадо, сиру, часнику, лайма та інших спецій.

## 3. Квасоля з ковбасою і кукурудзяним сальсо

Готується українська квасоля з білою або червоною квасолею з додаванням смаженої ковбаси для багатого смаку. Подається з кукурудзяним сальсо, змішуючи кукурудзу, помідори, цибулю, чилі, коріандр та лайм.

## 4. Вареники з куркою та соусом моле

Готуються класичні українські вареники, але замість традиційного начиння використовується смажена курка, приправлена мексиканськими спеціями. Страва подається з соусом моле, який містить авокадо, помідори, цибулю, чилі, лайм та інші інгредієнти.

Виходячи з данного аналізу особливостей використання мексиканської кухні, було розроблене концептуальне меню, яке наведене у табл. 2.6 [7].

Таблиця 2.6

### Концептуальне меню

Меню		
№	Назва страви	Вихід страви, г
Основні страви		
1.	Буріто (Свинина, бульйон м'ясний, томатна паста, цедра апельсинова, перець гострий червоний, тортільяс)	170
2.	Альбондігас ен сальса деальмедра (М'ясні галушки в мигдалевому соусі) (Свинина, цибуля ріпчаста, мигдаль, часник, картопля, яйця, перець чилі, томатна паста, молоко)	120
3.	Енчіладас з куркою і чилі (Ріпчаста цибуля, часник, перець чилі, помідор орегано, курячий фарш 800 г, мелений кумін (зіра), сушена кінза (коріандр, сир, тортільї)	300
4.	Вегетеріанські енчіладас (Ріпчаста цибуля, часник, перець чилі, помідор г, мелений кумін (зіра), сушена кінза (коріандр), сир, морква., шпинат, тортільї)	260
5.	Фахітас з яловичиною (Салат Айсберг, соус сальса, сметана, гуакамоле, сир Чеддер, яловичина)	115/150/130 /75

6.	Кесаділья з куркою і печерицями (Соус гірчичний, цибуля, печериці, моцарела, помідори, філе курки, сметана)	210/25
7.	Кесаділья з печерицями (Соус гірчичний, цибуля, печериці, моцарела, помідори, сметана)	180/25
8.	Тамалес (М'ясо курчат, помідори, цибуля, листя кукурудзяні, коріандр)	280
9.	Чілакілес з куркою (Кукурудзяні чіпси, сальса, куряча грудка, вершки, червона цибуля, сир Ранчеро)	500
10.	Емпанадас (Анчоуси, біле сухе вино, ріпчаста цибуля, курячий фарш, мускатний горіх)	300
11.	Чілес ен ногада (Яловичина, свинина, перець чилі, часник, цибуля, помідори, родзинки, персик, яблуко, груша, ананасові цукати, мигдаль, кедровий горіх, чебрець, орегано, кориця, гвоздика)	400
12.	Пескадо а ла веракрузана (Скумбрія, помідори, часник, цибуля, оливки, каперси, суха материнка, чебрець, майоран)	450
13.	Мацатланські тако (Яловичий фарш, цибулю, часник, чилі, кмин, коржі тако)	170
14.	Чорізос (Яловичина, перець червоний, часник)	480
15.	Чилі кон карне (Яловичина, свинина, часник, цибуля, помідори, перець зелений, квасоля червона, червоний пекучий перець)	124
16.	Чилі з овочами (Перець зедений, червоний пекучий перець, цибуля, часник, кукурудза, чорна фасоля, помідори, кукурудзяні чіпси)	110
17.	Пікадільо (Фарш яловичий, фарш свинячий, цибуля, часник, чилі, помідор, родзинки, мигдаль, кориця)	600
18.	Кукурудзяний пиріг з авокадо-сирним соусом (Кукурудза, авокадо, сир, лайм, часник, зелень)	110/25
19.	Квасоля з ковбасою і кукурудзяним сальсо (Квасоля червона, ковбаса чоризо, кукурудзяне сальсо, цибуля, часник)	250/25
20.	Вареники з куркою та соусом моле (Курка, цибуля, сир, соус моле, солодка паприка)	300/50
Суپی		
1.	Сопа де такітос (Курка, томатний сік, тортілья, яйця, червоний перець, материнка, майоран)	330/180
2.	Посол рохо (Свинина, кукурудза, перець чилі, часник, цибуля, авокадо, капуста, редис)	330
3.	Мексиканський бобовий суп (Цибуля, часник, перець зелений, помідори, порошок чилі, червона квасоля, кукурудза, авокадо, соус табаско, коріандр)	330
4.	Менудо (Яловичина, часник, порошок чилі, зіра, орегано, цибуля, кукурудза)	330
5.	Сопа де себоля	330

	(Цибуля, молоко, вершки, хліб, яйця, сир, материнка, майоран, перець червоний)	
6.	Овочевий суп (Помідори, цибуля, часник, картопля, кабачки, капуста, морква, селера, кукурудза)	330
7.	Курячий суп з тортілья (Чилі, цибуля, курча, лимонний сік)	330
8.	Борщ з гуакомоле (буряк, картопля, капуста, морква, цибуля, часник, томатна паста, зелень, гуакомоле)	330/50
Закуски		
1.	Нач (Тортилья, сир Чеддер, цибуля, перець зелений, перець чилі)	100
2.	Чічаррон (Свиняча шкура, перець чорний мелений, паприка)	100
3.	Чоризо (Свинина, паприка, часник, вино червоне)	300
4.	Елотес (Кукурудза, лайм, сир Гауда, майонез, кінза)	550
Салати		
1.	Салат з морепродуктами і квасолею (Картопля, морква, селера, яблука, квасоля червона, горошок зелений, солоні огірки, анчоуси, яйця, маслини, креветки, салат, материнка)	450
2.	Салат з авокадо і овочів (Авокадо, цибулю, помідори, огірки, материнка)	366
3.	Салат з червоної квасолі (Червона квасоля, цибуля, лимон, коріандр)	400
4.	Салат з білого м'яса індички з овочами (Індичка, петрушка, цибуля, вино сухе біле, вершки, лимон, коріандр)	500
5.	Холодне плато (Яловичина, свинина, перець солодкий, цибуля, петрушка)	580
6.	Салат по-мексиканськи (Курча, селера, перець червоний стручковий, цибулю, салат, маслини)	230
Десерти		
1.	Чуррос (Цукрова пудра, яйця, ром)	300
2.	Вишневі чімічангі (Вишні, аррорут, цедра апельсина, тортільяс, мигдаль)	250
3.	Роска де рейес (Яйця, молоко, апельсинова вода, ванільний цукор)	500
4.	Трес лечес (Яйця, молоко, ванільний екстракт, згущене молоко, вершки)	120
5.	Палетас (Манго, лайм, полуниця)	105
6.	Пудинг по-креольськи (Яйця, хліб, інжир, молоко, сухарі)	160
7.	Кукурудзяне суфле (Цибуля, кукурудза, яйця, чилі)	290

Соусы		
1.	Сальса (Авокадо, сік лайма, жовтий цибулю, помідори, перець зелений, коріандр, перець гострий, часник, серцевина пальми, орегано, чебрець)	50
2.	Кукурудзяна сальса (кукурудза, томати, цибуля, перець, лайм, коріандр)	50
3.	Авокадо-сирний соус (авокадо, сир, лайм, часник, зелень)	50
4.	Гуакамолє (Цибуля, помідори, чилі, перець зелений, коріандр, авокадо, сік лимонний, грінки)	50
5.	Соус чилі (Червоний пекучий перець, оцет яблучний, часник)	50
6.	Соус пікантний (Бульйон м'ясний, томат-пюре, цибулю, перець, вино сухе червоне, сало, петрушка, лимон, часник, чилі, аніс, майоран)	50
7.	Соус по-креольськи (Бульйон м'ясний, томат-паста, часник, сметана, кайенський червоний перець, лимон)	50
8.	Мексиканський соус з червоної квасолі (Квасоля червона, сир Чеддер, чилі (пудра), перець солодкий зелений, кукурудзяні чіпси)	50
9.	Соус моле (Помідори, лук, чилі, часник, лайм, кріп, петрушка)	50

Джерело: розроблено автором

При розробці барної карти було включено широкий вибір традиційних мексиканських напоїв, таких як маргарита, текіла, мохіто, пальому та мічеладу. Були надані описи складових коктейлів, для зручності гостей при виборі напою (табл. 2.7) [30].

Таблиця 2.7

### Карта напоїв

Напої		
Коктейлі (аперетиви)		
1.	Маргарита/Margarita (текіла, апельсиновий лікер, лайм)	140
2.	Амерікано/American (Вермут, аперетив Campari, содова вода, цедра апельсину)	210
3.	Між простирадлами/Beetween the sheets (Бурбон, вермут, аперетив Campari, цедра апельсина)	125
4.	Бронкс/Bronx (Джин, солодкий вермут, апельсиновий лікер, цедра апельсину)	140
5.	Манхетен/Manhatttan (Бурбон, солодкий вермут, ангостура біттерс, вишні мараскіно)	160
6.	Сайд Кар/Side Car (Коньяк, апельсиной лікер, лимонний сік)	105

7.	Апероль Шприц/Aperol Spritzer (Апероль, ігристе вина, тонік, апельсинова корка)	330
8.	Олд-фешн/Old Fashioned (Бурбон, цукорний кубик, ангостура, апельсинова цедра)	80
9.	Космополітен/Cosmopolitan (Водка, апельсиновий лікер, лимонний сік, клюквовий сік)	135
10.	Негроні/Negroni (Джин, вермут, аперетив Кампарі)	90
12.	Мартіні/Martini (Джин, вермут, лимонні цедрa)	90
Коктейлі (на основі шампанського)		
1.	Белліні/Bellini (просекко, персиковий сік, тонік, м'ята)	280
2.	Класичний Шампанський коктейль/Classic Champagne Cocktail (Цукор, аностур біттер, коньяк, шампанське, апельсинова шкірка)	160
3.	Кид Роял/Kir Royal (Крем де касіс, шампанське)	135
4.	Пімс Роял/Pimms Royal (Pimms'No лікер, шампанське)	150
5.	Мімоза/Mimosa (апельсиновий сік, шампанське)	150
Лонг/Long Drinks		
1.	Блоді Мері/Bloody Maria (Текіла, томатний сік, соус Табаско, перець)	210
2.	Куба Лібре/Cuba Libre (Ром, вола, лаймовий сік)	370
3.	Ель Діабло/El Diablo (Текіла, сік лайму, клюквовий сиріп, імбірний ель, ангостура біттерс)	270
4.	Ямайський Мул/Jamaican Mule (Темний ром, імбірний ель, лаймовий сік, коричневі цукор)	210
5.	Морський бриз/Sea Breeze (Водка, грейпфрутовий сік, клюквовий сік, грейпфрутова шкірка)	280
6.	Секс на пляжі/Sex on the Beach (Водка, персиковий сироп, ананасовий та журавлиний сік)	
7.	Текіла Санрайз/Tequila Sunrise (Текіла, апельсиновий сік, гренадиновий сироп)	210
8.	Текіла Сангрія/Tequila Sangria (Текіла, червоне вино, яблучний/апельсиновий сік)	210
Коктейлі (Fizzes and Collins)		
1.	Джек Колінз/Jack Collins (Віскі Джек Деніелс, лимонний сік, цукровий сироп)	250
2.	Джош Колінз/John Collins (Джин, лимонний сік, цукровий сироп, содова вода)	250
3.	Хуан Колінз/Juan Collins (Текіла, лимонний сік, цукровий сироп, содова вода)	250
4.	Рон Колінз/Ron Collins (Ром, лимонний сік, цукровий сироп, содова вода)	250
5.	Сенді Колінз/Sandy Collins (Водка, лимонний сік, цукровий сироп)	250
6.	Том Колінз/Tom Collins (Гін, лимонний сік, цукровий сироп, содова вода)	250
Коктейлі (Sours)		
1.	Амерето/Amaretto Sour (Амерето, лимонний сік, цукровий сироп)	140
2.	Апероль/Aperol Sour	230

	(Апероль, просіка, содова вода)	
3.	Мідорі/Midori Sour (Мідорі, лимонний сік, цукровий сироп)	140
4.	Водка/Vodka Sour (Водка, лимонний сік, цукровий сироп, лимонний лікер)	150
5.	Віскі/Whisky Sour (Віскі, лимонний сік, цукровий сироп, яєчний білок)	200

Джерело: розроблено автором

Окрім основних коктейлів, були розроблені напої, які відповідають концепції закладу та надають автентичності до барної карти (табл. 2.8) [31].

Таблиця 2.8

### Карта автентичних напоїв

Екзотичні коктейлі		
1.	Май Тай/Mai Tai (Світлий ром, темний ром, апельсиновий сік, лимонний сік, амарето, лікер Кюрасао, сироп оржата, гренадін)	215
2.	Сінгапурський слінг/Singapore Sling (Джин, вишневий лікер, лікер Бенедиктін, лікер Triple Sec, ананасовий сік, лимонний сік, гренадін, ангостур буттер, сироп гренадін)	160
3.	Плантерс Панч/Planters Punch (Чорний ром, апельсиновий сік, ананасовий сік, лимонний сік, грейпфрутовий сік, гренадін, сироп цукрової тростини)	180
4.	М'ятний Джулепс/Mint Juleps (Бурбон, м'ята, сироп цукрової тростини)	120
5.	Латинський коханець/Latin Lover (Текіла, клюковий лікер, лимонний сік, сироп агава, апельсиновий бітер)	140
6.	Скорпіон/Scorpion (Темний ром, апельсиновий сік, лимонний сік, сироп апельсинового цвіту, білий ром, бренді)	215
7.	Пінк Леді/Pink Lady (Джин, лимонний сік, гренадін, яєчний білок, апельсиновий бітер)	155
8.	Блю Леді/Blue Lady (Джин, лікер Курасао, лікер лимончелло, лимонний сік)	140
9.	Зомбі/Zombie (Чорний ром, апельсиновий сік, лимонний сік, гранатовий сік, сироп гренадін, сироп фалернум)	215
10.	Мейкероні/Mojito (Білий ром, содова вода, цукор, м'ята, лайм)	230
11.	Палома/Paloma (Текіла, грейпфрутова содова, сіль, лайм)	230
12..	Містека/Mezcalita (Мескаль, апельсиновий лікер, сок лайму, гостра перцева сіль)	185
13.	Дайкірі/Daiquiri (Білий ром, лаймовий сік, цукор)	170

14.	ПінаКолада/PiñaColada (Білий ром, кокосове молоко, ананасовий сік)	230
Коктейлі дежестиви (Digestive Coctails)		
1.	Еспресо Мартіні/Espresso Martini (Водка, кава еспресо, кавовий лікер, ванільний сироп)	155
2.	Брудна мати/Dirty Mother (Коньяк, Бейліс, амапетто)	140
3.	Золотий каділак/Golden Cadillac (Крем-де-касіс, лікер гальяно, крем де као)	140
4.	Голден Дрім/Golden Dream (Апельсиновий лікер, вершковий лікер, апельсиновий сік, вершки)	120
5.	Коник/Grasshoper (Ірландський віски, крем-де-касіс, лимонний сік, імбірний лікер)	105
6.	Іржавий цвях/Rusty Nail (Темний ром, апельсиновий сік, грейпфрутовий сік, лимонний сік, гренадін)	185
Безалкогольні коктейлі		
1.	Вірджин Кайпірінья/Virgin Caipirinha (Безалкогольний ром, лпйм, тростиновий цукор)	150
2.	Вірджин Мохіто/Virgin Mojito (М'ята, лайм, тростиновий цукор, безалкогольний ром, содова вода)	330
3.	Вірджин Колада/Virgin Colada (Кокосовий сироп, ананасовий сік, кокосове молоко)	260
4.	Кокосовий поцілунок/Cocconut Kiss (Кокосове молоко, ананасовий сік, лимонний сік, вершковий сироп)	200
5.	Дос Пескадос Діва/Dos Pescados Diva (Безалкогольний ром, сік лайму, сироп агави, м'ята, сода)	200
6.	Безпечний секс на пляжі/Safer Sex on the Beach (Апельсиновий сік, клюковий сік, ананасовий сік, сироп кюрасао)	290
7.	Манго Кулер/Mango Cooler (манго, ананасовий сік, лимонн сік, гранатовий сік, мед)	225
8.	Солеро/Solero (Апельсиновий сік, грейпфрутовий сік, лимонний сік, гренадін, сироп агави)	200
9.	Полуничний бик/Strawberry Bull (Red Bull, полуничний сік, лимонний сік, вершковий сироп, полуниця)	260
Шоти (Shooters)		
1.	Б-52/В-52 (Лікер Калуа, лікер Бейліс, лікер Гран)	60
2.	Камікадзе/Kamikaze (Водка, лікер Triple Sec, сок лайму)	60
3.	Фіолетовий гудок/Purple Hooter (водка, лікер DeKuuper Razzmatazz, лимонний сік)	60
4.	Брейн/Brain Hemorage (Лікер Peach Schnapps, бейліс, гренадин, кюрасао)	50

Текіла		
1.	Текіла Сілвер/Silver Tequila	30
2.	Текіла Бланко/Blanco Tequila	30
3.	Текіла Анехо/Anejo Tequila	30
4.	Текалі Анехо Екстра/Extra Anejo Tequila	30
5.	Сінгл Барел Текіла/Single Barrel Tequila	30

Джерело: розроблено автором

Також були розроблені безалкогольні напої (табл. 2.9) [32].

Таблиця 2.9

### Безалкогольні напої

Кава		
1.	Еспрессо	30,0 (+-3%)
2.	Американо	80
3.	Американо з молоком	90
4.	Латте	200
5.	Капучино	80
6.	Флет Вайт	300
7.	Раф	300
8.	Гляссе	100/50
9.	Мокко	350
Гарячі напої		
1.	Чампурадо (Молоко, вода, кориця, мускатний горіх, кукурудзяна мука, гіркий шоколад)	150
2.	Какао	300
3.	Горячий шоколад	400
Напої		
1.	Кока-кола	500
2.	Пепсі	500
3.	Фанта	500/300
4.	Бонаква	500
5.	Соки в асортименті (Апельсиновий, виноградний, яблучний, виноградно-яблучний, мультифрукт, морква-яблуко)	250/500/1000
Чай		
1.	Чорний	1000/150
2.	Зелений	1000/150
3.	Мексиканський	1000/150
4.	Фруктовий	1000/150
5.	Червоний	1000/150
Лимонади		
1.	Класичний (Цукровий сироп, содова, лимон, м'ята)	1000/300
2.	Кокосовий (Кокосовий сироп, ананасовий сік, содова, банан, червоний виноград)	1000/300
3.	Полуничний	1000/300

	(Полуничний сироп, содова, лайм, полуниця, м'ята)	
4.	Ягідний (Гренадін, содова, лайм, ожина, чорниця, малина, полуниця, м'ята)	1000/300
5.	Грейпфрутовий (Медовий сироп, яблучний сироп, цукровий сироп, грейпфрутовий сік, содова, грейпфрут, корінь імбиру)	1000/300
6.	М'ятний (Цукровий сироп, лаймовий сік, содова, червоний базилік, м'ята)	1000/300
Мілкшейк		
1.	Класичний (молоко, морозиво ванільне)	300
2.	З сиропом (в асортименті) (Молоко, сироп, морозиво ванільне)	300
Сиропа		
	– Мохіто Мохіто Полуничний – Вишня – Полуниця – Малина – Манго – Грушевий – Журавлина – Апельсин – Кавуновий – Маракуйя – Крюшон (червоний виноград) – сироп Кола – сироп Збитень – Шоколадний – Вершковий – Лимон – Байкал – Яблуко – Ківі – Лісові ягоди М'ята	30

Джерело: розроблено автором

### 2.3. Маркетинг та реклама мексиканського бару

У роботі розглядається коктейль бар, який відповідає наступній концепції:

- Кулінарне спрямування закладу – мексиканська кухня.
- Розташований безпосередньо у місті, у центрах районів, що заплановані, на майданах, головних вулицях і магістралях, зонах відпочинку, в установах громадських і торгових центрів, будівлях, що стоять окремо,

вбудованих і прибудованих до житлових будинків і громадських будівель приміщеннях.

- Інтер'єр залу розроблений до етностилю Мексики.
- У закладі обслуговування виконується офіціантами.
- Потенціальні споживачі – переважно студенти, або люди віком від 20 до 45 років.
- 50 посадочних місць.

Надаються такі послуги як, послуги харчування, з реалізації продукції (відпуск обідів додому), з організації споживання продукції та обслуговування споживачів, а саме:

- організацію обслуговування свят, сімейних обідів;
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі в бенкетному виконанні;
- бронювання місць у залі закладу ресторанного господарства.

Послуги з організації дозвілля (організація музичного обслуговування)

Режим роботи – з 11.00 до 24 годин [20].

Відповідно до обраного концепту закладу була розроблена карта емпатій споживача (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

### Карта емпатій

Споживач	
Думає та відчуває	нові знайомства, емоції, нові враження потреба в спілкуванні
Чує	друзі, колеги, родичі, соціальні мережі говорять про авторські коктейлі у барі
Бачить	студентів, колег, родичі, сім'я клуби, бари друзі, який коктейль обрати
Говорить і робить	Позитивний, відкритий до нового прагне спробувати щось нове говорить про якість алкоголю та їжі
Біль	Очікування вищі за реальність повсякденність, нестача часу, компанії
Досягнення	Успіхи в житті нагорода за свою працю мірило успіху – досягнення своїх цілей

Також відповідно до обраного концепту був розроблений PESTEL-аналіз (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

## PESTEL-аналіз

	Зовнішні фактори для розглядання	Фактори, які впливають на мою галузь	Важливість для Організації
POLITICAL	Державна політика, політична стабільність, податок, галузеві правила, глобальна торгівля договорів та/ або обмеження.	обмеження на ввезення імпортованих товарів, збільшення податків, законодавство в галузі бізнесу та праці, корупція та бюрократія, прогноз політичних змін, нестабільність політичної обстановки в країні	– 2 – 2 – 1 – 1 – 2 – 3
SOCIAL	Споживчі тренди/смаки, моди, купівля споживачів, звички, фактори способу життя, ставлення до кар'єри, баланс між роботою та особистим життям, населення, демографія.	змінюваність кадрів, характер поведінки працівників, чисельність молодого населення, загальні демографічні показники, наявність кваліфікованих кадрів, відсоток населення за межею бідності, тренди у суспільстві.	– 1 – 1 – 2 – 1 – 3 – 2 – 2
TECHNOLOGY	Автоматизація, інновації, технології, соціальна мережа, оновлення, робототехніка, штучний інтелект, безпека.	Розвиток інтернет та мобільних пристроїв Розвиток інноваційних технологій, Ключові технологічні зміни, Вплив digital-технологій	– 1 – 2 – 2 – 2
LEGAL	Трудове право, загальне право, місцеве трудове право, здоров'я та безпека, положення.	Закони про захист (даних, праці, інтелектуальної власності), податкові закони, закони у галузі працевлаштування, міжнародне та торговельне законодавство.	– 3 – 2 – 2 – 3

ENVIRONMENTAL	Екологічні накладені обмеження всередині країни уряди стійкі ресурси ксв (корпоративна соціальна відповідальність), етичне джерело транспорт, закупівлі, ланцюг поставок управління, майбутні пандемії.	Зміни клімату, глобальні лиха, корпоративна екологічна відповідальність, переробка матеріалів (пластик, папір тощо).	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 3</li> <li>– 2</li> <li>– 2</li> </ul>
---------------	---	--	---

Джерело: розроблено автором

Виходячи з PESTLE-аналізу можна сказати, що організація повинна бути уважною до політичних та економічних змін, звертати увагу на соціокультурні та технологічні тенденції, а також враховувати правові та екологічні аспекти. Важливо бути готовим до можливих змін у політичному середовищі та економічних умовах, а також адаптуватися до змін відносин споживачів та способів життя. Технологічні інновації можуть стати конкурентною перевагою, але також потребують уваги до забезпечення безпеки та захисту даних. Дотримання правових норм і вимог є важливим аспектом успішної діяльності організації. Зважаючи на зростаючу свідомість про екологічні проблеми, організації повинні враховувати екологічну відповідальність у своїх операціях та розробляти сталі практики.

Окрім PESTLE-аналізу для визначення ризиків проєкту був розроблений SWOT-аналіз, були оцінені сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози, які впливають на нього. Дані наведені у табл. 2.9 [9].

Таблиця 2.9

## SWOT-аналіз

<b>Сильні сторони (Strengths)</b>	<b>Можливості (Opportunities)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вигідне місцерозташування в центрі</li> <li>2. Впровадження інноваційних технологій</li> <li>3. Висока кваліфікація персоналу</li> <li>4. Унікальність закладу</li> <li>5. Великий асортимент алкогольних напоїв</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вихід на національний ринок</li> <li>2. Розширення барної карти</li> <li>3. Залучення промоактивностей, поява нових клієнтів</li> <li>4. Перспективи зростання доходів</li> <li>5. Залучення нової послуги (доставка)</li> </ol>
<b>Слабкі сторони (Weaknesses)</b>	<b>Зовнішні погрози (Threats)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Неавтентичність технологічних карт</li> <li>2. Високі виробничі витрати, висока собівартість продукції</li> <li>3. Мала площа закладу</li> <li>4. Недостатньо розвинена маркетингова стратегія</li> <li>5. Нестача коштів для розширення бізнесу</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Воєнний стан в країні</li> <li>2. Всемірні пандемії</li> <li>3. Загроза банкрутства</li> <li>4. Текучість кадрів</li> <li>5. Збільшення податків на імпортовані товари</li> </ol>

Джерело: розроблено автором

Виходячи з SWOT-аналізу можна зробити такі висновки щодо маркетингу та реклами.

Для маркетингу та реклами закладу було обрано просування у соціальній мережі Instagram.

Одне з найголовніших аспектів при початку створення акаунту є правильне оформлення сторінки, а саме: аватар, назва та опис закладу.

Аватар повинен мати логотип бренду щоб полегшити впізнаваність для споживача.

Назва закладу має бути простою та легкою для запам'ятання, задля легкого пошуку сторінки на сайті. У нашому випадку назва закладу – “El Diablo”.

Для ще більшої легкості в пошуку, можна додати місто та тип закладу, наприклад: “Bar “El Diablo”. Kharkiv”.

У описі надаються позитивні якості закладу (унікальні страви та напої, автентичний інтер'єр, жива музика), використовується заклик до дії (приходьте, скуштуйте, отримайте знижку). Решта інформації стосується часу роботи

закладу, знижок, особливих подій у закладу (тематичні вечірки, дегустації). Також надається інформація щодо адреси закладу, контактного телефону та емейлу у спеціальних полях, доступних у бізнес-акаунті [39].

Далі для більш ефективного просування сторінки, треба зібрати більше інформації про своїх потенціальних споживачів, використовуючі опроси у сторіс, які можуть відповідати на такі питання[40]:

- скільки вам років;
- де ви працюєте;
- які у вас захоплення;
- яку їжу й напої найчастіше берете;
- у який час ви найчастіше приходите до нас у ресторан;
- у яких соціальних мережах проводите найбільше часу;
- у якому районі ви проживаєте [34].

Проаналізувавши аудиторію таким чином, буде легше знайти зв'язок з потенційними споживачами: робити привабливі дописи до фотографій, придумувати заохочення за відгук чи послугу.

Після аналізу аудиторії треба розробити контент план для бару. Контент має бути розділений на рубрики та формати і бути різноманітним, можна додавати не лише цікаву й корисну інформацію про сам заклад, а ще й такі теми як: особливості приготування страв, цікаві факти про культуру та менталітет Мексики тощо. Приклад контент плану для бару на тиждень (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

## Контент-план бару

Назва тижня	Тема	Опис контенту
Понеділок	Наші коктейлі	<ul style="list-style-type: none"> <li>– фото коктейлю «маргаріта»;</li> <li>– опис коктейлю та його особливості;</li> <li>– запитання до аудиторії «якими коктейлями ви найбільше насолоджуєтесь?».</li> </ul>
Вівторок	Шеф-кухар рекомендує	<ul style="list-style-type: none"> <li>– фото ексклюзивної страви, розробленої шеф-поваром;</li> <li>– опис страви та використані інгредієнти;</li> <li>– запрошення на спробування страви та вудгуки попередніх гостей.</li> </ul>

Продовження табл. 2.10

Середа	Цікаві напої Мексики	<ul style="list-style-type: none"> <li>– фото та опис найбільш популярних та цікавих напоїв мексика;</li> <li>– фото коктейлів закладу, в які використовується цей напій;</li> <li>– знижка на напої 10% 20:00-21:00.</li> </ul>
Четвер	Графік роботи	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нагадування про графік роботи закладу;</li> <li>– додавання контактів;</li> <li>– позначення геолокації;</li> <li>– опит на тему «який контент ви би хотіли побачити наступного тижня?».</li> </ul>
П'ятниця	Вечір живої музики	<ul style="list-style-type: none"> <li>– фото виступаючого гурту або співака в барі;</li> <li>– анонс концерту та опис жанру музики, яку гратимуть;</li> <li>– запитання до аудиторії: «які ваші улюблені жанри музики для вечірок?».</li> </ul>
Субота	Тематична вечірка	<ul style="list-style-type: none"> <li>– фото оформлення інтер'єру бару з мексиканськими елементами;</li> <li>– запрошення на тематичну вечірку з мексиканською музикою та спеціальними пропозиціями на коктейлі;</li> <li>– розклад виступів артистів та діджеїв.</li> </ul>
Неділя	Відгуки та рекомендації	<ul style="list-style-type: none"> <li>– публікація позитивних відгуків гостей про бар та їхні враження;</li> <li>– апитання до аудиторії: «які були ваші найкращі моменти у нашому барі?»;</li> <li>– запрошення на залишення відгуку та підтримку наших соціальних мереж.</li> </ul>

Джерело: розроблено автором

Також важливим є створення дописів для соціальних мереж. Вони мають бути цікаві та захоплювати увагу споживача на перших рядках [37].

Для постів повинні використовуватися якісні фото, світлі та чіткі фотографії напоїв, страв та інтер'єру та атмосфери бару. Вони повинні зацікавити та спонувати глядачів відвідати заклад. Нині популярним стає формат Flat lay (знімання під прямим кутом до об'єкта) -так можна передати всі кольори страви, і вона здаватиметься однією цілісною картиною на тарілці. Цей формат й буде використовуватися на сторінці закладу [34].

Під постами буде надаватися корисна інформація про меню, спеціальні акції, тематичні вечори, виступи артистів та будь-які інші події, які будуть відбуватися у закладі.

Також особлива увага буде приділятися хештагам, пов'язаним з галуззю виробництва підприємства, такі як #cocktails, #mixology, #foodporn, #bartenderlife тощо. Це допоможе збільшити видимість контенту серед зацікавлених користувачів[40].

Відповідання на коментарі також є важливим аспектом успішності сторінки. Проявлення активності відносно коментарів та повідомлень від підписників, відповіді на питання, вираження подяки за позитивні відгуки та вирішення будь-яких негативних ситуацій або скарг будуть мати позитивний вплив на активність сторінки у Instagram.

Також важливо підтримувати консистентність стилю. Створення єдиного стилю для бренду, який відображає його особливості та атмосферу. Буде використовуватися специфічна палітка кольорів (переважно червоний та чорний, адже вони є в логотипі), шрифти та графічні елементи, які відповідатимуть бренду і створюватимуть єдність у всіх дописах.

Публікації мають бути регулярні, задля збереження активності на сторінці.

Має бути створений контентний календар, в якому будуть визначені які типи дописів будуть у публікацій та як часто буде поститися матеріал. Приклад контентного календарю для мексиканського бару надано у табл. 2.11

Таблиця 2.11

Контент-календар для мексиканського бару

Назва неділі	Тип допису	Опис	Частота публікації
Понеділок	Коктейль дня	Рецепт та фото популярного мексиканського коктейлю. Його історія та особливості	Раз на тиждень
Вівторок	Задоволені клієнти	Фотографія клієнтів, які насолоджуються напоями та атмосферою бару	Раз на тиждень
Середа	Спеціальна пропозиція	Повідомлення про акції, знижки або спеціальні пропозиції, які дають в барі	Раз на тиждень

		цього тижня.	
Четвер	Кулінарна порада	Рецепт або порада щодо мексиканської кухні, наприклад, як готувати автентичні соуси або закуски.	Раз на тиждень

Продовження табл. 2.11

П'ятниця	Вечірка в барі	Повідомлення про тематичні вечори, виступи артистів або будь-які спеціальні події, які відбудуться у барі цієї п'ятниці.	Раз на тиждень
Субота	Мексиканські страви	Представлення однієї з популярних мексиканських страв закладу разом з фото та коротким описом.	Раз на тиждень
Неділя	Закулісся бару	Фотографії зі шакулісся бару, де показано підготовку напоїв, роботу барменів та атмосферу робочого процесу	Раз на тиждень.

Джерело: розроблено автором

Це лише загальна структура, яку можна використовувати як основу для контентного календаря закладу. Також доречно експериментувати з іншими типами дописів, такими як опитування, відео-екскурсії, розповіді про коктейлі тозо. Важливо залишатися активними, взаємодіяти з аудиторією та відповідати на коментарі та запитання.

Крім ведення сторінки також важливо приділяти увагу рекламі, як варіант можна співпрацювати з блогерами [35].

Важливо знайти блогера, інтереси аудиторії якого будуть співпадати з інтересами нашої аудиторії. Тобто доречно замовляти рекламу у фуд блогерів, або ж блогерів, тематика контенту яких зосереджена на цікавих готелях та реторанах місця.

Краще співпрацювати з блогерами місця та району розміщення закладу. Не обов'язково щоб блогер мав велику аудиторію, більш важливо щоб ця аудиторія цікавилася такими ж тематиками, які ведуться на сторінці закладу.

Наступним важливим кроком є запуск реклами в соціальних мережах. Для цього обрана платформа просування – Instagram, Цілями реклами є збільшення усвідомленості про бар та залучення нових клієнтів. Формат реклами – відеореклама, історії. Для цього буде налаштована таргетована реклама.

Також буде встановлений бюджет рекламної компанії та розподілений між різними каналами та оголошеннями.

Ключові показники ефективності реклами: кількість переглядів, кліків, залучених користувачів.

Після запуску реклами буде проводитися моніторинг та оптимізація. Аналізуватимуться дані, тестуватимуться різні варіанти та вноситимуться зміни для досягнення найкращих результатів.

По закінченню рекламної компанії проводитиметься аналіз результатів. Буде оцінюватися досягнуті цілі, ефективність витрат та співвідношення витрат до результатів. Ці дані будуть використовуватися для вдосконалення майбутніх рекламних компаній.

Для більш зручного ведення сторінки можна користуватися сервісами для автоматизації постів.

Є кілька сервісів, за допомогою яких можна робити відкладені публікації:

- [smmplaner.com](http://smmplaner.com);
- [amplifr.com](http://amplifr.com);
- [onlypult.com](http://onlypult.com).

Усі ці сервіси допомагають вести аналітику й публікувати пости в соціальних мережах. Перші два сервіси працюють одразу з усіма популярними соцмережами, а останній — тільки з інстаграмом[35].

## **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2**

У цьому дослідженні була проведена аналітична робота з розвитку та просування мексиканського бару на ринку готельних послуг. Цей розділ мав на

меті розглянути ключові аспекти, що впливають на успішне функціонування та просування бару в готельній індустрії.

Аналіз ринку готельних послуг дозволив отримати важливі уявлення про конкурентне середовище та визначити потенційну аудиторію для мексиканського бару. Були виявлені ключові фактори, які впливають на успіх бару, такі як популярність мексиканської кухні, аутентичність атмосфери та якість обслуговування. Ці дані стали основою для розробки стратегії розвитку.

В особливостях створення меню мексиканського бару було розглянуто важливі аспекти, пов'язані з вибором та розробкою страв та напоїв. Аналізуючи мексиканську кухню, було виявлено популярні та традиційні страви, що повинні бути присутніми в меню, а також були враховані сучасні тенденції та інновації в гастрономічній сфері. Важливо було забезпечити різноманіття, якість та свіжість страв, а також врахувати дієтологічні особливості та потреби клієнтів.

Розділ, присвячений маркетингу та рекламі мексиканського бару, включав стратегії для просування та привертання уваги цільової аудиторії. Використання цифрових медіа, соціальних мереж, створення привабливого контенту та взаємодія з клієнтами були ключовими елементами успішної маркетингової стратегії. Також було розглянуто важливість співпраці з готелями та організації спеціальних подій та заходів, що сприяють привертанню нових клієнтів та створенню позитивного іміджу бару.

Враховуючи отримані результати та рекомендації, можна зробити висновок, що розвиток та просування мексиканського бару на ринку готельних послуг є складним, але досяжним завданням. Виконання рекомендацій щодо концепції, меню, маркетингу та обслуговування допоможе залучити та утримати клієнтів, створити конкурентоспроможну пропозицію та досягти успіху на ринку готельно-ресторанних послуг.

### РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ВІДКРИТТЯ МЕКСИКАНСЬКОГО БАРУ В МІСТІ

Для організації розрахунків за проектом, були прийняті наступні параметри бізнесу, які можна розділити на групи:

- загальні параметри;
- параметри роботи бару;
- оподаткування [38].

Загальні параметри використовуються для опису основних припущень у процесі розрахунків, які впливають на фінансову частину проекту (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

#### Загальні параметри за проектом

Параметри	Допущення
Загальні параметри	
Валютний курс (USD / UAH)	1\$/36,5
Розрахункова процентна ставка за кредитом, % річних	7%
Ставка дисконтування, % річних	25%

Джерело: розроблено автором

Параметри роботи мексиканського бару, стосуються всіх параметрів загальної реалізації проекту, тобто всіх його показників, які потрібні для проведення розрахунків за проектом (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

#### Параметри роботи мексиканського бару

Параметр	Припущення
Параметри роботи мексиканського бару	
Споживання електроенергії, МВт/міс	30
Вартість електроенергії, грн/МВт з ПДВ	414,7
Споживання води на куб. м./міс.	418 куб. м.
Вартість води, грн/куб. м. з ПДВ	29,4
Витрати на зв'язок та Інтернет, грн/міс. з ПДВ	900
Витрати на програмне забезпечення грн/міс. з ПДВ	2413
Витрати на обслуговування обладнання та ремонт грн з ПДВ	5000
Витрати на банківські послуги грн/міс. з ПДВ	2000
Витрати на придбання продуктів для виготовлення продукції грн/міс з ПДВ	350000
Витрати, пов'язані з наданням додаткових послуг з ПДВ	45000
Витрати на маркетингові послуги грн/міс. з ПДВ	55000

Параметри оподаткування прийнято за проектом згідно з українським законодавством про оподаткування діяльності підприємства на території України (табл. 3.3)

Таблиця 3.3

## Оподаткування за проектом

Параметр	Припущення
Оподаткування	
Податок на прибуток	18%
ПДВ	20%
Єдиний соціальний внесок, %	22%

Джерело: розроблено автором

Вихідні дані для розрахунків умовно поділяються на такі групи:

1. Передумови до розрахунку необхідних інвестицій [41].

Для створення мексиканського бару за даним проектом передбачається оренда будівлі. Загальна площа орендованого приміщення складатиме 400 м.кв. Необхідний об'єм коштів для оренди строком на 12 місяців складає 3,6 млн грн.

Обсяг інвестиційних витрат на будівництво та оснащення бару та створення сайту передбачається в розмірі 3,8 млн грн і був прийнятий на підставі даних операторів ринку та ринкових цін на необхідні меблі та обладнання, а також витратні матеріали.

Розмір даних витрат розрахований виходячи з інформації операторів ринку.

2. Передумови для формування плану продажів

Згідно з концепцією проекту структура доходів складатиметься з виручки від продажу страв, алкогольних та безалкогольних напоїв та доходу від додаткових послуг. Вихідними передумовами на формування плану доходів запланованого бару наведені у табл. 3.4

Таблиця 3.4

## Вихідні дані доходів

Основні послуги	Середня вартість	Кількість днів	Коеф.завантаження	Кількість страв	Дохід
Основні страви	150	30	1	120	540000
Закуски	90	30	1	170	459000
Десерти	80	30	1	65	156000

Продовження таблиці 3.4

Алкогільні та безалкогольні напої	125	30	1	150	562500
Всього					1717500
Доходи від додаткових послуг					
	Вартість од	Кількість днів	Коефіцієнт завантаженості	Кількість людей	Дохід
Продаж текили	1365	10	1	0,5	6825
Організація банкетів	20000	1	1	2	40000
Кейтерінг	14000	1	1	2	28000
Доставка	35	30	1	10	10500
Дегустації	1500	2	1	20	60000
Організація тематичних вечірок	100	4	1	200	80000
Всього					225325

Джерело: розроблено автором

### 3. Передумови до розрахунку амортизаційних відрахувань.

Амортизаційні відрахування – це законний спосіб зменшення оподаткованого прибутку, отже, і виплачуваного підприємством податку на прибуток [38].

Розрахунок амортизаційних відрахувань щодо проєкту проводився на підставі Податкового кодексу України, ст. 144 за прямолінійним методом [42].

Детальна інформація щодо розрахунків представлена у табл. 3.5

Таблиця 3.5

#### Амортизація

Роки	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Сума
Обладнання	743802,6	743802,6	743802,6	743802,6	743802,6	3719013
Всього	743802,6	743802,6	743802,6	743802,6	743802,6	

Джерело: розроблено автором

Загальна вартість проєкту складає 7,4 млн грн. Фінансування проєкту відбуватиметься за рахунок кредитних коштів у розмірі 80% необхідних інвестицій.

Напрями капіталовкладень у проєкт виглядають наступним чином (табл. 3.6) [43].

Таблиця 3.6

## Напрями інвестиції

Статті витрат	Власні кошти	Позикові кошти	Усього
Оренда будівлі	720000	2880000	3600000
Капітальний ремонт	500000	2000000	2500000
Обладнання	261605,2	1046420,8	1308026
Сайт	6000	24000	30000
Процентне співвідношення	20%	80%	100%

Джерело: розроблено автором

Найбільший обсяг інвестицій буде спрямований на довгострокову оренду та капітальний ремонт приміщення – 6,1 млн. грн, що у відсотковому співвідношенні становитиме 82 % від загальної суми інвестицій. Наступною суттєвою статтею початкових інвестицій виступає обладнання бару та кухні, на що буде витрачено 17,5% від загальної суми всіх капіталовкладень, що у грошовому еквіваленті дорівнює 1,3 млн грн.

На розробку та створення сайту буде направлено 30 грн або 0,4% від загального обсягу інвестицій (рис. 3.1)

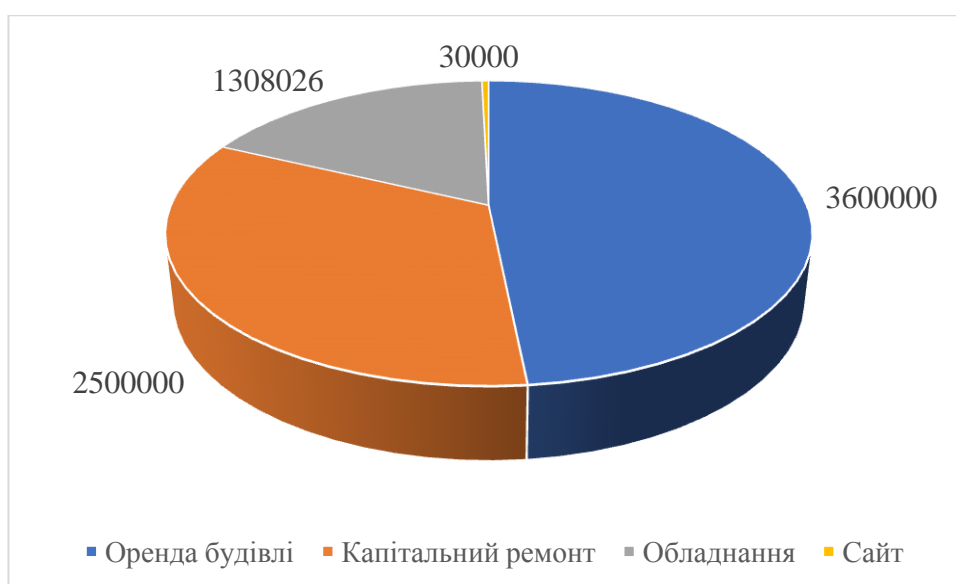


Рис. 3.1. Структура інвестиційних вкладень

Джерело: розроблено автором

Сумарний обсяг доходів за проектом за 5 років реалізації складе 101,2 млн (табл. 3.7)

Таблиця 3.7

## Схема доходів за проектом

Реалізація	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Разом
Дохід (харчування та напої), млн грн	17,6	17,7	17,9	18,1	18,3	89,6
Дохід (дод. послуги), мле/ грн	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4	11,6
Всього, млн, грн	19,9	20,0	20,2	20,4	20,7	101,2
Щорічний приріст доходу	-	1%	2%	3%	4%	-

Джерело: розроблено автором

Для запланованого бару передбачається штат персоналу, загальною чисельністю 15 людей.

Штатний розклад за проектом матиме наступний вигляд у табл. 3.8

Таблиця 3.8

## Штатний розпис

№ з/п	Посада	Кількість штатних співробітників	Місячний оклад на 1 особу, тис/грн	Єдиний соціальний внесок	Загальні витрати на оплату праці, тис/грн
1.	Адміністратор	1	16000	3520	19520
2.	Шеф повар	1	25000	5500	30500
3.	Су шеф	1	22000	4400	26840
4.	Повар 4 розряд	2	16000	3520	39040
5.	Бармен	2	15000	3300	36600
6.	Офіціанти	4	12000	2640	58560
7.	Прибиральниця-посудомийка	2	8000	1760	19520
8.	Менеджер	1	27000	5940	32940
9.	Гол.бухгалтер	1	22000	4840	26840
Усього		15	163000	35860	290360

Джерело: розроблено автором

За весь прогнозований період показники прибутку та витрат дозволяють сформулювати обсяг накопиченого чистого прибутку (табл. 3.9) [44].

Таблиця 3.9

## Звіт про прибутки та збитки за проектом

Період проекту	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Разом, млн/грн
Валовий дохід, млн/грн	19,9	20,1	20,5	21,1	21,9	103,6
ПДВ, млн грн	3,98	4,02	4,1	4,22	4,38	20,72
Чистий дохід, без ПДВ), млн грн	16,9	16,8	17,1	17,6	18,3	86,3
Собівартість надання послуг, млн грн	3,7	3,7	3,8	3,8	3,9	18,9
Електроенергія, інші комунальні послуги, тис/грн	312	312	312	312	312	1,5
Заробітна плата з відрахуваннями (22% ЄСВ), млн грн	2,7	2,7	2,8	2,9	3,0	14,1
Обслуговування обладнання, ремонт, тис грн	60	60	60	60	60	300
Придбання продуктів для виготовлення продукції, млн грн	4,2	7,2	7,2	7,2	7,2	33
Витрати, пов'язані з наданням додаткових послуг, тис грн	540	540	540	540	540	2,7
Валовий прибуток (збиток), млн грн	12,9	13,0	13,3	13,7	14,3	67,4
ЕВІТДА, млн грн	7,2	10,2	9,3	7,3	3,0	37,2
Амортизація, тис/грн	743	743	743	743	743	3,7
ЕВІТ, млн грн	6,5	9,5	8,5	6,5	2,2	33,5
Податок (на загальній системі - 18% з прибутку), млн/грн	1,1	1,6	1,4	1,1	3,5	8,7
Чистий прибуток, млн, грн	5,0	7,5	6,7	5,1	1,7	26,0

Джерело: розроблено автором

Відповідно до прогнозних розрахунків, формування прибутку за проектом в цілому представлено в табл. 3.10, а також графічно.

Таблиця 3.10

Формування прибутку за проектом

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Чистий дохід від реалізації, млн/грн	16,5	16,7	17,0	17,6	18,3
SG&A (витрати адміністративні та витрати на збут), млн/грн	5,6	2,7	3,3	6,4	11,3
Амортизація, тис/грн	743	743	743	743	743
Чистий прибуток, млн/грн	5,0	7,5	6,7	5,1	1,6

Джерело: розроблено автором

Інформацію також надано у графічному вигляді (рис. 3.2).

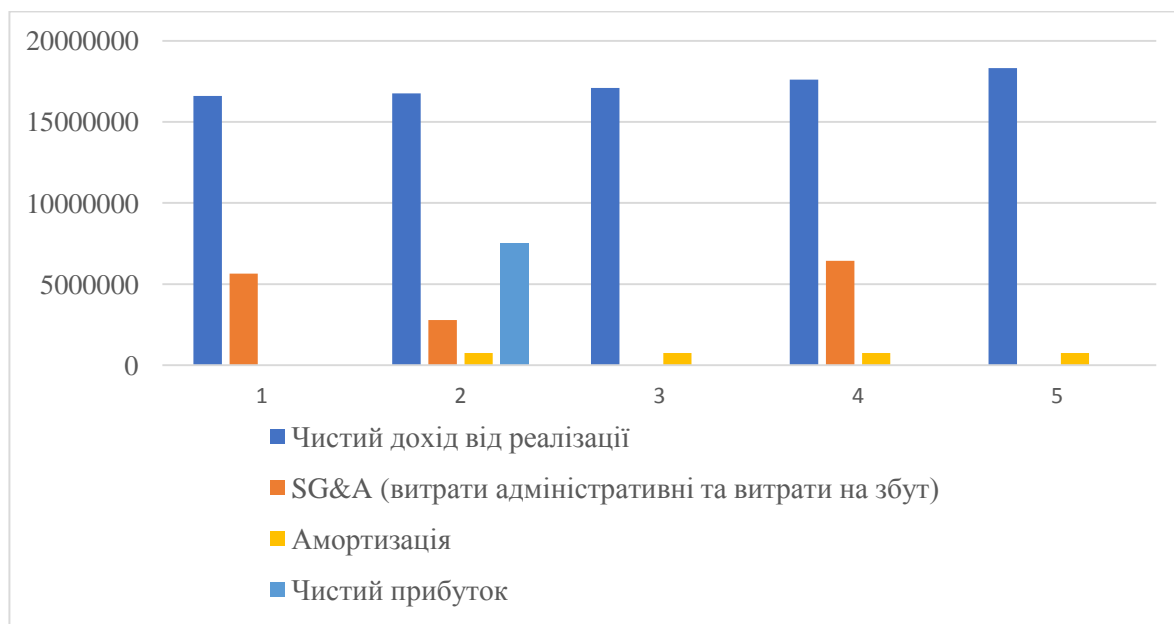


Рис 3.2. Формування прибутку за проектом протягом 5-ти років, млн грн

Джерело: розроблено автором

Початкові інвестиції – 7 млн грн. Було визначено ефективність задля оцінення досягнення мети та результативності проекту. Оцінка ефективності

дозволила визначити, наскільки успішно проєкт виконується з точки зору використання ресурсів, досягнення поставлених цілей та впливу на зацікавлені сторони (табл. 3.11) [45].

Таблиця 3.11

## Чистий дисконтований грошовий потік

Притоки	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Прибуток, млн/грн.	5,	7,5	6,7	5,1	1,6
Амортизація, тис/грн.	743 803	743 803	743 803	743 803	743 803
Сума, млн/грн	5,7	8,2	7,4	5,8	2,3
Коефіцієнт дисконтування	0,8	0,64	0,512	0,4096	0,32768
CF (грошові потоки), млн/грн	5,7	8,2	7,4	5,8	2,3
NCF (дисконтовані грошові потоки), млн/грн	4,6	5,2	3,8	2,4	0,7
Чистий дисконтований грошовий потік, NPV, млн/грн	-2,8	2,4	6,2	8,6	9,4

Джерело: розроблено автором

Окупність проєкту настає на 2 році.

Ставка дисконтування дорівнює 25% [47]. Це більше, ніж облікова ставка Національного банку України.

При даному рівні ставки дисконтування було отримано наступні показники, що характеризують ефективність реалізації проєкту (табл. 3.12)

Таблиця 3.12

## Оцінка інвестиційної привабливості та рентабельності проєкту: NPV, IRR, PI

Показник	Розмір вимірювання	Значення
Початкові інвестиції	Млн/грн	7,4
Дисконтований період окупності, DPP	Місяців	12
Проектний період, PP	Місяців	8
Чиста поточна вартість проєкту, NPV	Млн/грн	9,4
Внутрішня норма доходності, IRR	%	83
Індекс прибутковості вкладень (Profitability index)- PI	Од.	1,27187856

Джерело: розроблено автором

Показники ефективності проєкту характеризуються наступним чином.

Чиста поточна вартість проєкту (NPV) [46].

Даний показник, згідно з даними Таблиці більше «0». Отримана сума показника чистої наведеної вартості в 9 460 266 UAH підтверджує прибутковість проєкту і свідчить про те, що всі наведені до сьогоднішньої вартості грошові надходження перевищують вкладені в проєкт кошти, що свідчить про високу ефективність інвестицій, що здійснюються [48].

Показник NPV представляє собою різницю між усіма грошовими надходженнями та виплатами, наведеними до поточного моменту часу (моменту оцінки інвестиційного проєкту). Він показує величину коштів, яку інвестор очікує отримати від проєкту, після того, як грошові надходження окуплять його початкові інвестиційні витрати та періодичні грошові виплати, пов'язані із здійсненням проєкту. Оскільки грошові платежі оцінюються з урахуванням їхньої вартості у часі та ризиків, NPV можна інтерпретувати як вартість, що додається проєктом. Її також можна інтерпретувати як загальний прибуток інвестора за проєктний період від вкладення інвестицій у реалізацію поточного проєкту [49].

Внутрішня норма доходності проєкту (IRR) Внутрішня норма доходності (середній дохід на вкладений капітал, який забезпечується цим інвестиційним проєктом) дорівнює 83 %. Внутрішня норма доходності визначає максимальну

вартість капіталу, за якого інвестиційний проєкт залишається вигідним. Інакше кажучи, це середній дохід на вкладений капітал, який забезпечується цим інвестиційним проєктом, тобто ефективність вкладень капіталу в даний проєкт дорівнює ефективності інвестування під 7% відсотків у будь-який фінансовий інструмент з рівномірним доходом[50].

Дисконтований період окупності проєкту складає 12 місяці. Це означає, що на 2 рік проєкт повністю окупиться з урахуванням фактора дисконту.

За цим проєктом індекс прибутковості вкладень становить 1,27, що означає наступне: кожна витрачена компанією грошова одиниця принесе їй у ході реалізації проєкту 1,27 грн доходу.

### **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3**

Вартість реалізації проєкту складає 7 млн/грн, проєкт фінансуватиметься за рахунок кредитних коштів, у розмірі 80% вартості проєкту.

Проєкт є прибутковим та ефективним для впровадження, що підтверджують не лише показники прибутковості та рентабельності, а й показники інвестиційної привабливості.

- Рівень чистого прибутку за п'ять років становитиме 26 010 316 грн;
- Підсумковий грошовий потік за 5 проєктних років становитиме 29729329 грн.

Ставка дисконтування проєкту складає 25 %, за неї досягаються такі показники інвестиційної привабливості.

- Чиста поточна вартість проєкту NPV – 9 460266 грн.
- Внутрішня норма доходності на рівні 83 %.
- Дисконтований період окупності – 1 рік.

Показники ефективності проєкту свідчать про наявність «запасу міцності» проєкту, що гарантує своєчасне повернення вкладених коштів навіть у разі негативних відхилень фактичних даних реалізації проєкту від розрахункових даних.

Створення мексиканського бару для відпочинку є актуальним та рентабельним проектом. Сумарний грошовий потік позитивний протягом усього проектного періоду, що демонструє збалансованість доходних та витратних статей проекту.

У цьому розділі описано концептуальні моменти організації такого бізнесу. Надалі, при реалізації цього проекту досягнуті результати будуть багато в чому залежати від вибору місце розташування Проекту, постачальників продуктів та алкогольних напоїв, встановлюваної вартості для страв та коктейлів і маркетингової стратегії, що проводиться.

## ВИСНОВКИ

Розробка концепції мексиканського бару виявилася значущим кроком у розвитку гастрономічної індустрії. Мексиканська кухня та культура мають унікальність, яка привертає увагу широкого спектру клієнтів. Використання аутентичних інгредієнтів, оригінальних рецептів та атмосфери, що відтворює мексиканський колорит, сприяє створенню неповторного досвіду для відвідувачів.

Ця дипломна робота зосереджувалася на всебічному дослідженні концепції мексиканського бару, включаючи аналіз ринку, розробку меню, маркетингові стратегії та вибір локації. Отримані результати і рекомендації мають велике практичне значення для тих, хто планує відкрити свій мексиканський бар або покращити функціонування існуючого.

Продумана концепція, яка враховує смакові уподобання клієнтів, актуальні тренди гастрономічного світу і місцеві особливості, є ключовим фактором успіху в ресторанній галузі. Крім того, використання ефективних маркетингових стратегій та рекламних кампаній допомагає залучати нових клієнтів і зберігати постійну клієнтську базу.

Було визначено теоретичні основи розробки концепції мексиканського бару, що дає змогу розуміти необхідні кроки та принципи створення закладу харчування.

Встановлено популярність та попит на мексиканську кухню на ринку готельно-ресторанних послуг, що підкреслює потенціал успіху мексиканського бару.

Визначено особливості створення аутентичного меню мексиканського бару, з урахуванням традиційних страв та напоїв, а також можливості поєднання їх з іншими кухнями та слідуванням трендів у харчуванні, що створює неповторний досвід для клієнтів.

Розроблено ефективну маркетингову стратегію, яка акцентує на унікальності та аутентичності мексиканського досвіду, що допомагає привернути більше клієнтів та забезпечити конкурентоспроможність бару.

На підставі аналізу ринку та локації бару обґрунтовано відкриття бару у місті Харків, що буде задовольняти потреби та очікування цільової аудиторії.

Пропозиції:

- рекомендується використовувати отримані теоретичні основи розробки концепції мексиканського бару при плануванні та впровадженні нових закладів готельно-ресторанної галузі;

- необхідно акцентувати увагу на мексиканській кухні та аутентичному досвіді при створенні меню мексиканського бару;

- рекомендується використовувати розроблену маркетингову стратегію, що наголошує на унікальності та атмосфері мексиканського бару, для залучення та збереження клієнтів;

- рекомендується ретельно вибирати місце розташування бару, враховуючи аналіз ринку та потреби цільової аудиторії;

- рекомендується систематично вивчати та аналізувати зміни на ринку готельно-ресторанних послуг та вдосконалювати концепцію мексиканського бару відповідно до змін у смаках та попиті клієнтів.

Проведена робота дозволила визначити необхідні етапи та принципи розробки такого закладу харчування. Вона підкреслила важливість аутентичності та унікальності мексиканського досвіду, а також вплив популярності мексиканської кухні на успішність бару. Результати дослідження надали практичні рекомендації щодо створення меню, маркетингу та реклами, вибору локації та стратегічного розвитку бару. Ці рекомендації можуть бути використані для успішного функціонування та розвитку мексиканського бару на ринку готельно-ресторанних послуг.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства - Пятницька Н.О.-1.1.3. Класифікація закладів ресторанного господарства. *Бібліотека українських підручників*. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/92190-113-klasifikatsya-zakladv-restorannogo-gospodarstva.html>
2. Ресторанна справа - Мальська М.П.-2.2. Основні типи підприємств ресторанного господарства. *Бібліотека українських підручників*. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/93169-22-osnovn-tipi-pdprimstv-restorannogo-gospodarstva.html>
3. Придумай концепцію свого бару. Все про Алкоголі - AlcoUkrGuru.ru. URL: <https://alcoukrguru.ru/koktejli/3398-bridumaj-koncepciju-svogo-baru.html>
4. Концепція закладу ресторанного господарства - Менеджмент - KazEdu.com. *Головна сторінка - KazEdu.com*. URL: <https://kazedu.com/referat/199973/1>
5. Очікування підприємств сфери послуг щодо перспектив розвитку їх ділової активності за видами економічної діяльності. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Обсяг реалізованих послуг за регіонами за видами економічної діяльності. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Шалимінов О.В., Дятченко Т.П., Кравченко Л.О., Рачковський А.А. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів. - Київ: А.С.К., 2000. — 848 с. — ISBN 966-539-170-4.
8. CIPD/ PESTLE Analysis. CIPD. URL: <https://www.cipd.org/uk/knowledge/factsheets/pestle-analysis-factsheet/>
9. Русавська В., Наїленко С. Якість як визначальний фактор задоволення потреб споживачів продукції та послуг ресторанного бізнесу. *Ресторанний і готельний консалтинг*. 2022. № 1, Т. 5 С. 148

10. Поплавська А., Батченко Л., Гончар Л. Організаційно-економічні тригери збалансованого розвитку ресторанної мережі в умовах сервісної економіки. Ресторанний і готельний консалтинг. 2022. № 1, Т. 5 С. 8
11. Наїленко С., Фогель А., Гуца Є., Олійник О. Сучасні підходи до роботизації сервісних процесів в закладах ресторанного господарства. Ресторанний і готельний консалтинг. 2022. № 2, Т. 5 С. 239
12. Плюта О. Реновація діючих та проектування нових форматів бізнес-моделей у ресторанному бізнесі: процесно-інноваційний підхід. Ресторанний і готельний консалтинг. 2021. № 2, Т. 4 С. 223
13. Гончар Л., Аухімік О., Система контролінгу в готельно-ресторанному бізнесі: концептуальний підхід. Ресторанний і готельний консалтинг. 2021. № 2, Т. 4 С. 235
14. Миколюк О. Управління готельно-ресторанним комплексом на засадах енергоефективності. Ресторанний і готельний консалтинг. 2021. № 2, Т. 4 С. 268
15. Наїленко С., Русавська В. Впровадження штучного інтелекту в закладах ресторанного господарства. Ресторанний і готельний консалтинг. 2021. № 1, Т. 4 С. 73
16. Полінкевич О. Роль міленіалів у формуванні бранда готельно-ресторанного бізнесу. Ресторанний і готельний консалтинг. 2021. № 1, Т. 4 С. 28
17. Якушев О. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств сфери готельно-ресторанних та туристичних послуг. Ресторанний і готельний консалтинг. 2020. № 2, Т. 3 С. 195
18. Ляшук М., Єрко І. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу рекреаційного району. Ресторанний і готельний консалтинг. 2020. № 1, Т. 3 С. 109
19. Зінченко В. Особливості бізнес-планування в сфері обслуговування. Ресторанний і готельний консалтинг. 2019. № 2, Т. 2 С. 284
20. Маめкина Є.О. Бар мексиканської кухні: курсова робота/ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Харків: 2021. С. 284

21. Escobar. Поиск лучших мест в Киеве и Украине - Tomato.ua. URL: <https://tomato.ua/kharkiv/restaurants/escobarkh/reviews>
22. Перший Rock'N'Sport Pub у Харкові - Kefir Pub Харків. Kefir Pub Харків. URL: <https://kefir.pub/>
23. Тасо Лосо. Поиск лучших мест в Киеве и Украине - Tomato.ua. URL: <https://tomato.ua/ua/kharkiv/restaurants/taco-locosumska>
24. Лошакова Н. Як правильно скласти меню для ресторану. Poster POS – программа автоматизации HoReCa: система учета для общепита на планшете. URL: <https://joinposter.com/ua/post/rozrobka-menyu-dlya-kafe>
25. Психологія створення меню: 5 корисних лайфхаків. Waitron.Menu Blog. URL: <https://blog.waitron.menu/uk/2019/04/02/psihologiya-stvorenniya-menyu-5-korisnih-lajfhakiv/>
26. Мексиканська кухня: які страви варто спробувати. ranok.ictv.ua. URL: <https://ranok.ictv.ua/ua/2021/10/31/meksikanska-kuhnya-yaki-stravi-varto-sprobuвати/>
27. Заклади Києва зі стравами мексиканської кухні: буріто, фахіта, тако, енчіладас. PostEat – Профільне гастрономічне видання - PostEat. URL: <https://posteat.ua/obzory/zakladi-kiyeva-zi-stravami-meksikanskoї-kuxni-burito-faxita-tako-enchiladas/>
28. Путівник по мексиканській кухні :: Lowcost UA. Lowcost UA - акції авіакомпаній, знижки на готелі та круїзи. URL: <https://lowcost.ua/mexican-food-guide/>
29. Шалимінов О.В., Дятченко Т.П., Кравченко Л.О., Рачковський А.А. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів. Київ: А.С.К., 2000. С. 848
30. Сатоші Ф. Свята біблія бармена/ InfoBooks.org. URL: <https://www.infobooks.org/pdfview/3415-bartenders-holy-bible-the-futurus-satoshi/>
31. The Distilled Guide to: Classic Cocktails | InfoBooks.org. URL: <https://www.infobooks.org/pdfview/3417-the-distilled-guide-to-classic-cocktails-distilled/>

32. Sensational Drinks. InfoBooks.org. URL: <https://www.infobooks.org/pdfview/3420-sensational-drinks-sensational-drinks/>
33. Маркетинг і цифрові технології.: наук. жур. Т.1 №2 / Одеський національний політехнічний університет – Одеса: Вид. центр КНУКІМ, 2017. – С 162.
34. Силівейстр В. 10 порад щодо просування ресторану в Instagram | Блог Poster. Poster POS – программа автоматизации HoReCa: система учета для общепита на планшете. URL: <https://joinposter.com/ua/post/10-porad-shhodo-prosuvannya-instragram>
35. Федорова К. SMM для ресторану: Просування ресторанного бізнесу у соцмережах | Блог Poster. Poster POS – программа автоматизации HoReCa: система учета для общепита на планшете. URL: <https://joinposter.com/ua/post/smm-dlya-restoranu>
36. Місце і роль соціального підприємництва у становленні соціально-відповідального бізнесу / Н. В. Кравченко, В. Ю. Руссу Розвиток промисловості та суспільства : матеріали міжнар. наук.-техн. конференції / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Криворізький національний університет. Кривий Ріг, 2019. Т. 1. С. 165
37. Жалінська І.В. Стан та тенденції сучасних досліджень з маркетингу: бібліометричний огляд. Маркетинг і цифрові технології. 2023. № 1, Т. 7, С. 29
38. Раменська С.Є., Чернявська А.Р., Котовська Н.В. Маркетинг соціальних мереж: сучасний виклик. Маркетинг і цифрові технології. 2023. № 1, Т. 7, С. 43
39. Бабець Є.К., Максимчук А.Г., Стасюк В.П. та ін. Основи менеджменту : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2017. С 496.
40. Наторіна А.О. instagram бізнес-акаунт ритейлера: гайди та крі. URL: <https://joinposter.com/ua/post/smm-dlya-restoranu>
41. Економіка та суспільство: елект. наук. фах. Мукачівський державний університет – Київ. 2017. № 12 С. 777

42. Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. № 26. Ч.1.
43. Вчені записки Університету «КРОК».2019, №1 С.53, URL:<https://library.krok.edu.ua/media/library/category/zhurnali/vcheni-zapiski-universitetu-krok/vcheni-zapiski-universitetu-krok-n53-1.pdf#page=46>
44. Chykurkova A. D., Khomenko A. A. Financial safety of enterprises of agroindustrial complex as basis them innovative development. National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine. Volume 2. Kielce. Poland. 2018. P. 117–132.
45. Глушенкова А., Булахова К. Організація бізнес-планування на підприємстві. URL: <https://doi.org/Act%20статті-8289-1-10-20210907.pdf>.
46. В.В. Жуков. Сутність та особливості формування процесу бізнес-планування. Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії». 2018. №26. С. 149-153.
47. Черкашина М., Науменко М. Планування бізнес-процесів для організації діяльності підприємств. URL: <https://doi.org/file:///C:/Users/Eugene/Downloads/planuvannya-biznes-protsesiv-dlya-organizatsiyi-diyalnosti-pidpriemstva.pdf>.
48. Свідерський В., Матвеєнко М. Бізнес-планування в сучасному підприємницькому середовищі: теоретико-прикладний аспект. Економіка та управління підприємствами. 2019. № 34. С. 6.
49. Перегляд бізнес-планування як ефективний інструмент реалізації стратегії підвищення економічної безпеки підприємства. Home Page. 2020. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/158-7>
50. Іляш, О., Васильців, Т., & Лупак, Р. Теоретико-методичні засади бізнес-планування реалізації стратегії конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому ринку України. Підприємництво та інновації. 2017, URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/121>