

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 Факультет управління, адміністрування та туризму
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр

Рівень вищої освіти

Івент-менеджмент в ресторанному бізнесі
(на прикладі ресторану «Piccolino Trattoria »)

Назва теми

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
 Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
 Шифр і назва спеціальності

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
 Назва

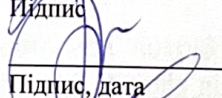
Шифр 21083

Виконала:
 студентка 4 курсу група ГРСз-21


 Підпис

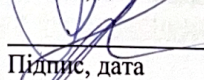
Олександра ДАНИЛЮК
 Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Керівник


 Підпис, дата

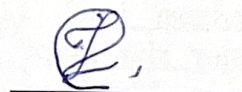
Наталія ПРИЛЕПА
 Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Нормоконтролер


 Підпис, дата

Оксана ГРИНДІЙ
 Ім'я ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:
 Зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи


 Підпис

Ігор ЖУРБА
 Ім'я ПРІЗВИЩЕ

19 06 2025 р

Хмельницький 2025

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Галузь знань 241 Готельно-ресторанна справа

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа ОП «Готельно-ресторанна справа»

Шифр, назва

Шифр, назва спеціальності та освітньої програми

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри

“19” 06 2025р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Данилюк Олександра Олексіївна

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1. Тема роботи Івент-менеджмент в ресторанному бізнесі (на прикладі ресторану «Piccolino Trattoria») м. Хмельницький

керівник роботи Прилепа Наталія Валеріївна, к.е.н, доц. кафедри Т та ГРС

Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від 07.02. 2025 р. № 23 дод. __

2. Строк подання студентом роботи на кафедру 03 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи статті, монографії, навчальні посібники з теми івент-менеджмент в ресторанному бізнесі, інформація ресторанного закладу, бухгалтерська звітність ресторану «Piccolino Trattoria», інформація мережі Інтернет тощо

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1 Теоретичні аспекти івент-менеджменту в ресторанному бізнесі. 2 Аналіз діяльності ресторану «Piccolino Trattoria». 3 Рекомендації щодо удосконалення івент-менеджменту в ресторані «Piccolino Trattoria».

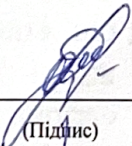
5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень): Підходи науковців щодо трактування поняття івент-менеджмент. Рівні івент-менеджменту підприємства ресторанного бізнесу. Класифікація івентів. Частки всіх типів івент-заходів в Україні. Організаційна структура івент-агенції. Характеристика сертифікатів для відвідувачів ресторану «Piccolino Trattoria». Попит подарункових сертифікатів в ресторані «Piccolino Trattoria». Основні напрями діяльності ресторану «Piccolino Trattoria». Організаційна структура ресторану «Piccolino Trattoria», SWOT-аналіз. Конкурентний профіль ресторану. Штатний розклад та аналіз заробітної плати. Аналіз фінансових показників ресторану. Мотиви відвідування споживачами ресторану «Piccolino Trattoria». Характеристика івентів ресторану «Piccolino Trattoria». Загальна характеристика івенту «Італійська гастромафія». Орієнтовний кошторис витрат івенту «Італійська гастромафія» на 20 осіб. Пропозиції щодо удосконалення діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» через застосування івент-послуги.

6. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

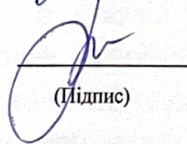
Пор. №	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	квітень 2025	виконано
2.	Одержання індивідуального завдання	квітень 2025	виконано
3.	Складання календарного плану графіка написання дипломної роботи	квітень 2025	виконано
4.	Підготовка до виконання дипломної роботи: підбір та вивчення літератури, участь у виконанні науково-дослідних робіт, інші заходи	квітень 2025	виконано
5.	Уточнення теми дипломної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства	квітень 2025	виконано
6.	Підготовка першого розділу	травень 2025	виконано
7.	Підготовка другого розділу	травень 2025	виконано
8.	Підготовка третього розділу	червень 2025	виконано
9.	Підготовка висновків	червень 2025	виконано
10.	Задача науковому керівнику	червень 2025	виконано
11.	Доопрацювання дипломної роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	червень 2025	виконано
12.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	червень 2025	виконано
13.	Попередній захист дипломної роботи на кафедрі	червень 2025	виконано
14.	Одержання відгуку наукового керівника	червень 2025	виконано
15.	Одержання рецензії зовнішнього рецензента	червень 2025	виконано
16.	Захист дипломної роботи	червень 2025	виконано

Студент


 (Підпис)

 Дашинюк О.О.
 (Ініціали, ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи


 (Підпис)

 Ширяєва Н.В.
 (Ініціали, ПРІЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Данилюк Олександра Олексіївна

Прізвище, ім'я, по батькові

Тема роботи: Івент-менеджмент в ресторанному бізнесі (на прикладі ресторану «Piccolino Trattoria»)

Назва теми кваліфікаційної (дипломної) роботи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник: к.е.н., доцент Прилепа Н.В.

Вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали

м. Хмельницький, 2025 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 46 с., містить 15 таблиць, 10 рисунків, перелік джерел посилання складається з 19 найменувань, 1 додатки.

Актуальність роботи. У сучасних умовах ресторанний бізнес переживає стрімкий розвиток, а конкуренція серед закладів харчування зростає з кожним роком. У боротьбі за лояльність відвідувачів та створення унікального споживчого досвіду все більшої популярності набуває івент-менеджмент — організація подій та заходів, що дозволяють підвищити привабливість закладу, сформуванню позитивний імідж та залучити нову аудиторію. На прикладі ресторану «Piccolino Trattoria» розгляд івент-менеджменту є доцільним і своєчасним, оскільки цей заклад активно впроваджує концепцію тематичних вечорів, святкових заходів і корпоративних подій, що є важливими елементами його бізнес-стратегії. Аналіз ефективності таких заходів дозволяє виявити кращі практики та окреслити напрямки подальшого розвитку ресторанного івент-менеджменту в умовах українського ринку.

У *першому розділі* роботи розглянуто теоретичні аспекти івент-менеджменту в ресторанному бізнесі. Визначено сутність та зміст поняття «івент-менеджмент». Розглянута класифікація і організація івентів у закладах ресторанного господарства.

У *другому розділі* проведено аналіз діяльності ресторану «Piccolino Trattoria», зроблено детальний аналіз структури персоналу та івентів в ресторані.

У *третьому розділі* надано пропозиції щодо удосконалення івент-менеджменту в ресторані «Piccolino Trattoria». Рекомендовано напрями, які спрямовані на удосконалення івент-менеджменту.

Результати дослідження можуть бути впроваджені в практичну діяльність ресторану «Piccolino Trattoria» для підвищення його конкурентних переваг і зростання фінансових показників.

Ключові слова: івент, захід, подія, івент-менеджмент, ресторанний заклад.

ABSTRACT

for diploma thesis Danylyuk Oleksandra Oleksiivna

Full Name

Work theme: Event management in the restaurant business (using the example of the restaurant «Piccolino Trattoria») The title of the subject of the qualification (diploma) work

First level of higher education (bachelor's degree)

Specialty 241 “Hotel and restaurant business”

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor: PhD in Economics, As. Prof. Prylepa N.V.

Academic degree, academic title, surname, initials

Khmelnyskyi, 2025

The qualification work is 46 pages long, contains 15 tables, 10 figures, a list of references consists of 19 titles, 1 appendices.

Relevance of work. In modern conditions, the restaurant business is experiencing rapid development, and competition among catering establishments is growing every year. In the struggle for visitor loyalty and creating a unique consumer experience, event management is becoming increasingly popular - the organization of events and activities that allow you to increase the attractiveness of the establishment, form a positive image and attract a new audience. Using the example of the restaurant «Piccolino Trattoria», the consideration of event management is appropriate and timely, since this establishment actively implements the concept of themed evenings, festive events and corporate events, which are important elements of its business strategy. Analysis of the effectiveness of such events allows you to identify best practices and outline directions for further development of restaurant event management in the conditions of the Ukrainian market.

The first section of the work considers theoretical aspects of event management in the restaurant business. The essence and content of the concept of "event management" are determined. The classification and organization of events in restaurant establishments are considered.

In the second section, an analysis of the activities of the restaurant «Piccolino Trattoria» is carried out, a detailed analysis of the structure of personnel and events in the restaurant is made.

In the third section, proposals are made for improving event management in the restaurant «Piccolino Trattoria». Directions are recommended that are aimed at improving event management.

The results of the study can be implemented in the practical activities of the restaurant «Piccolino Trattoria» to increase its competitive advantages and increase financial indicators.

Keywords: event, event, event, event management, restaurant.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	
1.1 Сутність та зміст поняття «івент-менеджмент».....	9
1.2 Класифікація івентів в закладах ресторанного господарства.....	12
1.3 Організація івентів у сфері ресторанного господарства	17
2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «PICCOLINO TRATTORIA»	
2.1 Загальна характеристика ресторану «Piccolino Trattoria».....	22
2.2 Аналіз структури персоналу ресторану «Piccolino Trattoria».....	27
2.3 Аналіз івентів в ресторані «Piccolino Trattoria».....	32
3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В РЕСТОРАНІ «PICCOLINO TRATTORIA»	
3.1 Напрями, як спрямовані на удосконалення івент-менеджменту в ресторані «Piccolino Trattoria».....	36
3.2 Пропозиції щодо удосконалення діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» через застосування івент-послуги	39
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	46

ВСТУП

Івент-менеджмент відіграє ключову роль у сучасному ресторанному бізнесі, оскільки дозволяє закладам не лише задовольняти гастрономічні потреби відвідувачів, а й створювати унікальні емоційні враження. Організація тематичних вечорів, кулінарних майстер-класів чи святкових заходів сприяє формуванню лояльної аудиторії та підвищенню впізнаваності бренду ресторанного закладу. Тому завдяки івентам ресторани заклади можуть ефективно виділятися серед конкурентів, пропонуючи відвідувачам не лише смачну їжу, а й незабутній досвід. Саме такі заходи стимулюють повторні візити та позитивні відгуки, що є важливими для репутації ресторанного закладу.

Зрештою, івент-менеджмент є потужним інструментом маркетингу та розвитку ресторанного бізнесу. Він сприяє зміцненню позицій закладу на ринку, підвищенню його конкурентоспроможності та створенню стійкої клієнтської бази.

Дослідженню сутності поняття івент-менеджменту присвячені праці таких науковців, як О. Артеменко, В. Долод, Є. Кузьмін, О. Мельник, Д. Гетц, П. Тищенко, К. Харді, Р. Гріффін, Й. Лампел. У своїх працях, зазначені автори, класифікували різновиди менеджменту, окреслили його відмінності від суміжних понять, проаналізували загальні та специфічні функції й представили суб'єкти та об'єкти менеджменту. З точки зору івент-менеджменту в теорії й практиці було звернено увагу на витоки цього поняття та висвітлено його різнопланові практичні прояви. Водночас низка ключових питань у цій сфері досі залишається невирішеною.

Актуальність теми. Прибутковість ресторанного закладу може залежити від ефективного івент-менеджменту. Емоційно наповнені тематичні заходи створюють унікальний досвід, який спонукає відвідувачів повертатися знову і

знову. Тому збалансований підхід до планування і провадження подій забезпечує додатковий дохід та конкурентну перевагу в ресторанному бізнесі.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та аналіз івент-менеджменту в ресторанному бізнесі на прикладі ресторану «Piccolino Trattoria» та обґрунтування шляхів його удосконалення.

З метою реалізації поставленої мети варто вирішити такі питання:

- розкрити сутність та зміст поняття «івент-менеджменту»;
- розглянути класифікацію івентів в закладах ресторанного господарства;
- охарактеризувати організацію івентів у сфері ресторанного господарства;
- проаналізувати ресторан «Piccolino Trattoria»;
- здійснити аналіз структури персоналу ресторану «Piccolino Trattoria»;
- дослідити аналіз івентів в ресторані «Piccolino Trattoria»;
- обґрунтувати рекомендації щодо удосконалення івент-менеджменту в ресторані «Piccolino Trattoria».

Об'єктом дослідження в кваліфікаційній роботі виступає ресторан «Piccolino Trattoria».

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти івент-менеджменту ресторану «Piccolino Trattoria».

Викладені в кваліфікаційній роботі результати дослідження сприятимуть оптимізації діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» та в перспективі забезпечать покращення його ключових фінансових показників.

Структура кваліфікаційної дипломної роботи складається з 46 сторінок, кількість таблиць - 15, рисунків - 10, кількість позицій у списку використаних джерел - 19, додатків - 1.

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.1 Сутність та зміст поняття «івент-менеджмент»

Івент-менеджмент відіграє важливу роль у розвитку ресторанного бізнесу, адже організація заходів допомагає створити емоційний зв'язок між закладом і відвідувачами. Завдяки івентам ресторанний заклад може виділитися серед конкурентів, утримати постійних відвідувачів, збільшити середній чек та загальний прибуток ресторанного закладу. Тематичні вечори, концерти, дегустації чи майстер-класи все більше привертають увагу нової аудиторії. Ресторанний заклад стає не просто місцем для їжі, а простором для вражень, адже якісно організований захід підвищує репутацію самого ресторанного закладу.

Івент-менеджмент з англійської мови означає «подієвий менеджмент», який перетворює процес комунікацій у святкову подію, основна увага якої акцентована на шоу або свято. Але в українській мові поняття «івент» з'явилося відносно недавно та походить від англійського слова «event», що означає подія розважального характеру, яка проводиться із використанням різноманітних сюжетних прийомів, світлових рішень, візуальних ефектів, комп'ютерної графіки тощо. Якщо розглядати трактування поняття «івент» з позиції теорії та практики, то можна перше визначення побачити в Кембриджському словнику [1]. Так, івент розглядається як діяльність, яка планується з особливою метою і може включати багато людей, наприклад вечірку, зустріч, конференцію або виставку. У Словнику англійської мови Коллінза також відзначено, що івент – це організована та запланована подія. В Оксфордському словнику англійської мови івент розглядається як подія, що має властивість відбуватися щось важливе. Цікаве визначення поняття «івент» є у Словнику сучасної англійської мови Лонгмана, де івент – це вистава, вечірка або спортивні змагання, на яких можуть збиратися люди разом для того щоб взяти участь у чомусь або подивись на щось важливе, незвичне та цікаве.

Мисик В.М у своїй науковій статті зазначає, що: «Лампел Й. і Мейєр А. виокремлюють шість формальних критеріїв для визначення поняття «івент» як події, що (1) цілеспрямовано збирає разом індивідів з різних груп (2) протягом обмеженої тривалості часу (3) для спілкування віч-на-віч на місцях задля структурованого чи неструктурованого здійснення певної діяльності, що включає як (4) церемоніальну чи драматургічну діяльність, так і (5) заходи обміну знаннями чи даними, а також колективного осмислення певної інформації. В результаті (6) ці події породжують соціальні та репутаційні ресурси, які можна розмістити в інших місцях та для досягнення інших цілей»[1]. В свою чергу Нігам А. та Оказіо В. зауважують: «івенти мають тривалість та історію, і їх краще розглядати не як миттєві випадки, а як послідовність дій, що перетинаються, і процесів, що відбуваються в конкретний момент»[2, с.824]. На нашу думку, кожна подія розгортається різним чином, а також залежить від багатьох факторів. Але в наш час все більше зустрічається поняття івент-менеджмент, тому розглянемо підходи науковців щодо трактування поняття івент-менеджмент (табл.1.1).

Таблиця 1.1 - Підходи науковців щодо трактування поняття івент-менеджмент

Автори	Визначення
1	2
Верезомська І.Г., Ворошилова Г.О., Рогова Н.В.	Івент-менеджмент – це ряд заходів спрямованих на просування марки або продукту за допомогою яскравих подій
Віновська Х. Подлепіна П.О.	Івент -менеджмент - це просування товарів (послуг, брендів) на ринок за допомогою створення та проведення спеціальних заходів.
Мельниченко С.В., Даниленко М. І.	Івент-менеджмент- це подієвий менеджмент (систематична організація заходів як платформи презентації товару (послуги) для того, щоб за допомогою емоційного впливу активізувати увагу цільової групи до товару (послуги).
Джашеев І.К., Завідна Л. Д.	Івент-менеджмент (з англ. - «менеджмент подій») - це комплексна організація заходів, спрямована на просування марки, продукту компанії, товару або послуги, за допомогою яскравих подій, що запам'ятовуються
Данько Н. І.	Івент-менеджмент (подієві заходи) - ряд заходів спрямованих на просування марки або продукту за допомогою яскравих подій.

Так, на думку Данько Н. І. [4], івент-менеджмент має чітко виражену соціальну орієнтацію. Організація подій передбачає не лише створення заходу під окремий бренд, а й можливість реалізації масштабного проєкту за участю кількох партнерських чи спонсорських брендів. Подібні події об'єднують різні компанії навколо спільної ідеї або мети, посилюючи як соціальний ефект, так і маркетингову віддачу.

Подлепіна П.О. [5] у своїх статтях зазначає, що за допомогою вдалоорганізованого івент заходу можна підвищити впізнаванність ресторанного закладу, а також сформувати прихильність відвідувачів до бренду.

Але Завідна Л. Д. [6] та Джашеев І.К. зауважують, що івент-менеджмент допомагає налагодити емоційний контакт між брендом та аудиторією споживачів.

Структура івент-менеджменту складається з кількох взаємопов'язаних рівнів, які утворюють ієрархічну систему (рис.1.1).

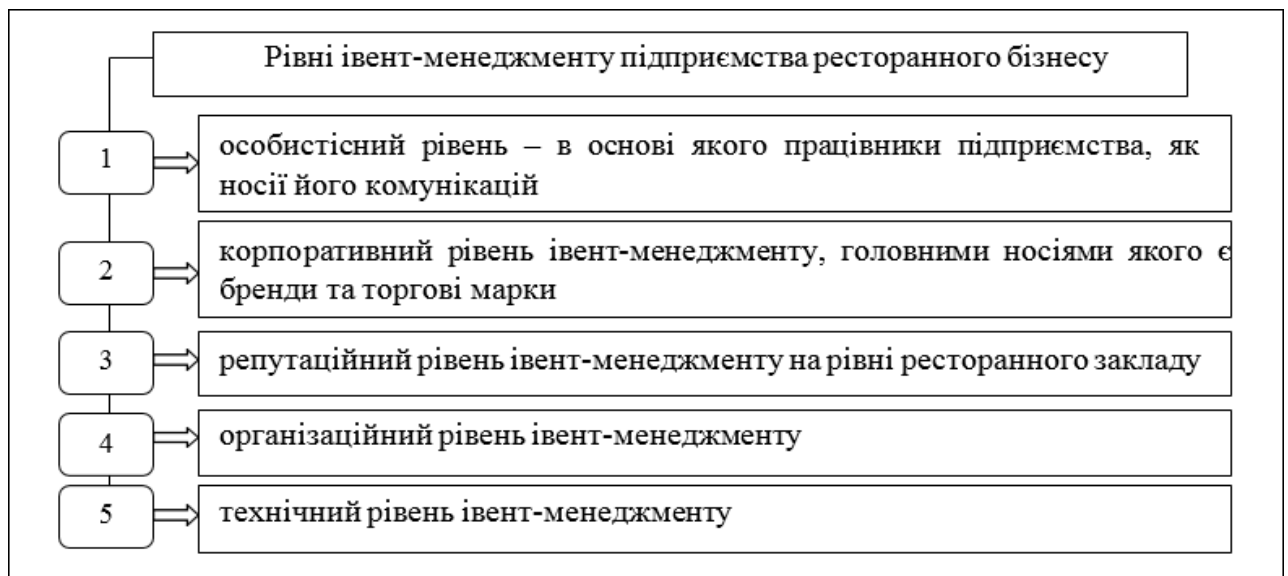


Рисунок 1.1 – Рівні івент-менеджменту підприємства ресторанного бізнесу

Як було зазначено, у ресторанному бізнесі івент-менеджмент відіграє важливу роль у формуванні позитивного досвіду відвідувачів. Його ефективність залежить від узгодженої роботи на кількох рівнях, кожен з яких має свою

функцію. Першим є особистісний рівень, що ґрунтується на комунікаціях працівників ресторанного закладу з відвідувачами. Саме персонал є обличчям ресторанного закладу, тож їхній професіоналізм, емоційна чуйність та відкритість є визначальними для успішного заходу. Другим є корпоративний рівень, який відображає загальну ідеологію та бренд ресторанного закладу. Цей рівень формує єдину концепцію подій відповідно до стилю та репутації закладу. Третій — репутаційний рівень, що стосується сприйняття ресторанного закладу в очах відвідувачів. Якщо івент організовано якісно, це посилює довіру й лояльність відвідувачів. Далі йде організаційний рівень, який включає планування, розподіл обов'язків, таймінг тощо. Це фундамент, без якого навіть найкраща ідея не буде реалізована. Завершує структуру технічний рівень, що забезпечує подію необхідними ресурсами — звуком, світлом, декором та технікою. Кожен рівень є частиною єдиного механізму. Їх гармонійна взаємодія дозволяє створювати заходи, які не лише відповідають очікуванням відвідувачів, а й перевершують їх. Таким чином, івент-менеджмент у ресторанному бізнесі — це не лише організація свят, а ціла система формування іміджу та прибутковості ресторанного закладу.

1.2. Класифікація івентів в закладах ресторанного господарства

Існує декілька основних напрямів у сфері івент-менеджменту, кожен з яких має свої особливості, мету та цільову аудиторію. Наприклад, приватний івент — це події, які мають особистий характер та можуть організовуватись для вузького кола осіб. До них належать весілля, дні народження, дитячі свята, ювілеї, сімейні урочистості тощо. Основна мета таких заходів — це створення атмосфери радості, комфорту та емоційної близькості для учасників. При плануванні приватних івентів важливо враховувати побажання замовника, вік і смаки гостей, а також особливості локації.

Івент-менеджмент — це комплексне управління процесом організації події, що охоплює планування, логістику, організацію, координацію всіх етапів, контроль за виконанням завдань та підбиття підсумків. Головною ціллю івент-менеджменту є забезпечення успішного проведення заходу відповідно до поставлених завдань і бюджету. Успішний менеджмент події передбачає чітке планування, професійний підхід та гнучкість у прийнятті рішень.

Івент-маркетинг (подієвий маркетинг) — це використання заходів як ефективного інструменту просування бренду, продукту або послуги. Йдеться про цілеспрямовану організацію подій, що створюють майданчик для прямої взаємодії з потенційними клієнтами або партнерами. Це можуть бути презентації, промоакції, виставки, дегустації, тематичні вечірki тощо. Метою подієвого маркетингу є формування позитивного іміджу, підвищення впізнаваності бренду та стимулювання попиту.

Діловий івент — це бізнес-заходи, такі як конференції, форуми, семінари, круглі столи, бізнес-сніданки або спеціально організовані зустрічі. Вони спрямовані на розвиток партнерських стосунків, зміцнення ділових зв'язків, обмін досвідом, а також на внутрішню комунікацію в компанії. Такі події допомагають формувати корпоративну культуру, розвивати нові проекти та підтримувати контакт із клієнтами, дилерами чи інвесторами. Ділові івенти можуть бути як частиною внутрішньої стратегії компанії, так і засобом ведення зовнішньої політики. Івенти класифікують за наступними критеріями (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Класифікація івентів

Критерій класифікації івентів	Типи івентів
За характером події	Ділові (конференції, форуми, семінари) Розважальні (вечірki, фестивали) Team-building (тренінги, квести, ігри)
За типом замовника	Державні (офіційні події, церемонії) Корпоративні (заходи для бізнесу) Приватні (дні народження, весілля)
За місцем проведення	Приміські (відпочинок на природі, пікніки) На відкритих майданчиках (площі, парки) У закритих приміщеннях (ресторан, готель, конференц-зали)

Згідно з класифікацією, запропонованою науковцями Г.Боудіном та Дж. Алленом у праці «Events Management» [10], івенти поділяються за двома основними критеріями: масштабом проведення та змістовим наповненням. За масштабом проведення виокремлюють чотири основні типи. Перший — це івенти місцевого значення, які організуються для невеликих спільнот і орієнтовані на локальну аудиторію. Вони мають обмежений бюджет і не потребують широкого висвітлення в медіа. Прикладом можуть бути сімейні свята або локальні фестивалі формату Family Fun Events. Другий тип — івенти національного значення, які приваблюють велику кількість учасників і активно висвітлюються в засобах масової інформації. Такі події мають значний вплив на економіку та можуть виконувати функцію стимулювання внутрішнього туризму. Третій тип — так звані «hallmark events», які стали невід’ємною частиною ідентичності певного міста, регіону або країни. Вони настільки тісно пов’язані з конкретною місцевістю, що сам захід асоціюється з цим місцем і навпаки. Такі події проводяться регулярно, мають високий статус, традиційність, широке суспільне визнання та значний вплив на розвиток туризму, економіки й культурного іміджу території. Наприклад: Октоберфест у Мюнхені (Німеччина) — асоціюється з баварською культурою. Нарешті, четвертий тип — це мегаівенти, які мають глобальний характер і впливають на економіку, імідж та міжнародний статус країни. Серед них — Олімпійські ігри, Паралімпійські ігри, Чемпіонати світу тощо. За право їхнього проведення країни активно змагаються, а висвітлення таких подій здійснюється через міжнародні медіа на всіх континентах.

Поділяють Г.Боудін та Дж. Аллен [10] і за змістом івентів. Так, до культурних івентів належать фестивалі різного характеру: музичні, мистецькі, локальні, інклюзивні тощо. Вони можуть мати як високий рівень професійної організації з амбітними цілями та великою кількістю відвідувачів, так і більш камерний характер. Окремо виділяють арт-фестивалі, що спеціалізуються на певному напрямі мистецтва і часто включають майстер-класи та творчі лабораторії. Інклюзивні фестивалі спрямовані на залучення особливих

соціальних груп до активної участі. У межах культурної категорії також існують комерційні музичні фестивалі, які проводяться на відкритому повітрі і мають розважально-прибуткову мету.

Спортивні івенти охоплюють широке коло заходів: від мега подій міжнародного рівня до регулярних календарних змагань на національному або місцевому рівні. Крім того, сюди належать одноразові події, наприклад, пресконференції після змагань, а також видовищні шоу, які супроводжують спортивні заходи.

Бізнес-івенти включають конференції, ділові виставки, заохочувальні тури, презентації та зустрічі з партнерами чи потенційними клієнтами. Особливе місце серед них займають виставки, які виступають ефективною платформою для демонстрації продукції чи послуг перед зацікавленою аудиторією. Їхня мета — не лише поінформувати, а й стимулювати продажі та зміцнювати імідж компанії [10].

Проаналізувавши статистику щодо застосування івент-заходів в Україні, можна стверджувати, у 2024 році усі івент-заходи поділяються на чотири групи у відсотковому співвідношенні до кількості проведених івент-заходів різних напрямків. Так, можна стверджувати, що кожен тип івенту має свої особливості, цільову аудиторію та формат проведення. Згідно з (рис.1.2), найбільшу частку серед усіх заходів займають концерти та масові івенти — 35%. Це свідчить про високий попит на культурні та благодійні події серед населення. На другому місці — корпоративні івенти, які складають 30% від загальної кількості. Рекламні кампанії посідають третю позицію з показником у 22%. Вони мають важливе значення для просування брендів і товарів, залучення нових клієнтів та підвищення впізнаваності. Найменше представлено приватні івенти — 13%, хоча вони залишаються незамінними у сфері сімейних свят. Такий розподіл демонструє зміщення фокусу з індивідуальних подій на масові або професійні.

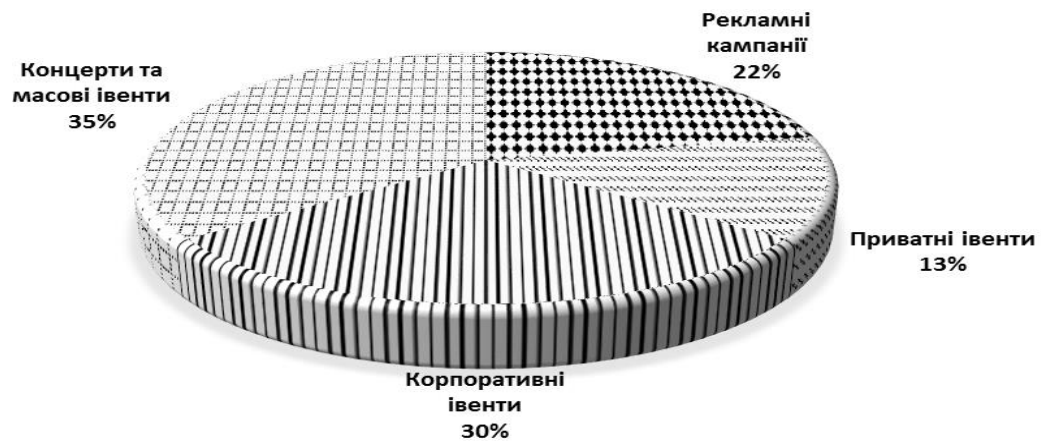


Рисунок 1.2 - Частки всіх типів івент-заходів в Україні

Зазначимо, що івент-менеджмент є невід’ємною частиною сфери ресторанного господарства. Існує великий перелік форматів івент-заходів, які може проводити ресторанний заклад: майстер-класи, конференції, семінари, презентації, прийоми, конкурси, ділові сніданки, приватні свята тощо, де залучають велику кількість відвідувачів. В рамках івент-заходів можна просувати бренд ресторанного закладу, а також окремі ресторанный послуги (продукти) [8].

Процес івент-менеджменту в закладах ресторанного господарства умовно поділяється на кілька ключових фаз, кожна з яких включає відповідні етапи. Це дозволяє системно та послідовно організувати роботу над будь-якою подією — від ідеї до аналізу результатів. Перший етап – це підготовча фаза. На цьому етапі формулюється мета заходу (розважальна, промоційна, навчальна тощо), визначається формат (вечірка, конференція, презентація), обирається цільова аудиторія. Проводиться маркетингове дослідження: аналіз потреб гостей, ринку подій, конкурентів. Важливим є визначення бюджету, що дозволяє уникнути перевитрат. Після цього створюється креативна концепція події — тема, стиль, візуальні елементи, загальна атмосфера. Другий етап – це фаза планування та організації. Цей етап охоплює розробку детального сценарного плану заходу: розподіл часу, черговість виступів, інтерактивів, перерв. Проводиться відбір локації, визначається технічне забезпечення (світло, звук, відео), декор, кейтеринг. Укладаються договори з партнерами, артистами, підрядниками.

Окрему увагу приділяють підбору персоналу — ведучих, координаторів, охорони. Також формується рекламна кампанія: афіші, соціальні мережі, e-mail маркетинг, співпраця з медіа тощо. Третій етап – це фаза реалізації (проведення заходу). На цьому етапі відбувається безпосереднє проведення події. Івент-менеджер контролює всі процеси: зустріч гостей, реєстрацію, таймінг, виступи, технічні аспекти. Тут важливо забезпечити комфорт учасників, вирішувати форс-мажори, оперативно реагувати на зміни. Слід зауважити, що команда координується за допомогою комунікаційних засобів і чітких інструкцій. Четвертий етап – це фаза завершення та аналізу, тобто після заходу проводиться демонтаж обладнання, прибирання території, збирання залишкових матеріалів. Команда обов'язково складає фінансову та організаційну звітність. Надзвичайно важливим є етап збору зворотного зв'язку від гостей та замовників через анкетування, опитування, перегляд відгуків у соцмережах. Це дозволяє оцінити успішність події, виявити сильні та слабкі сторони, розробити стратегії покращення в майбутньому. Усі етапи івент-менеджменту взаємопов'язані між собою та вимагають високої організованості, професійної комунікації та творчого підходу.

1.3 Організація івентів у сфері ресторанного господарства

З початку активного розвитку ринку івент-послуг в Україні з 2005 року ця сфера зазнала глибоких трансформацій. Покращення якості сервісу та розширення спектра подій дозволили залучити ширшу аудиторію відвідувачів. Застосування гнучкої цінової політики зробило івент-послуги доступними не лише для ресторанного бізнесу, а й для приватних осіб. Івент-компанії почали адаптуватися до потреб ринку, пропонуючи індивідуальні рішення для кожного клієнта. Усе це сприяло формуванню професійного підходу до організації заходів, що стало невід'ємною частиною розвитку ресторанного бізнесу. Сьогодні важко здивувати відвідувача ресторанного закладу звичайним

концертом чи дегустацією нових страв, тому власники щоразу шукають нові ідеї для залучення та утримання своїх відвідувачів[10].

Так, організація івентів у сфері ресторанного господарства є надзвичайно важливим напрямом сучасного сервісу. Вона дозволяє поєднати гастрономічний досвід з емоційними враженнями. Ресторанні заклади вже давно не є лише місцем для прийому їжі. Вони стали просторами для спілкування, відпочинку та святкувань. Івенти допомагають залучати нових відвідувачів і підтримувати інтерес постійних гостей.

Планування подій у ресторанах потребує детального підходу. Передусім потрібно визначити мету заходу. Це може бути святкування, реклама закладу або розвиток бренду. Наступний етап — визначення формату. Вечірки, майстер-класи, концерти, дегустації, бізнес-зустрічі — кожен формат має свої особливості.

Успішний івент починається з аналізу цільової аудиторії. Важливо знати, чого очікують відвідувачі ресторанного закладу. Чим краще розуміння їхніх потреб, тим ефективнішим буде захід. Далі планується бюджет. Він включає витрати на їжу, напої, декор, персонал, технічне забезпечення тощо.

Одним із головних елементів є створення унікального сценарію. Відвідувачі цінують цікаву програму, несподівані елементи та інтерактив. У цьому допомагають ведучі, аніматори або музиканти. Атмосфера повинна бути живою й приємною [12].

Особлива увага приділяється сервісу. Персонал має бути ввічливим, уважним і добре підготовленим, адже злагоджена робота команди — запорука успіху.

Оформлення простору — ще один важливий аспект. Тематичний декор створює настрій: світло, кольори, музика мають відповідати ідеї події. Наприклад, романтична вечеря потребує приглушеного освітлення, живої музики та відповідного романтичного декору.

Не менш важливою є кухня, тому що страви мають відповідати тематиці заходу. Напої також повинні бути підібрані зі смаком. Іноді організуються спеціальні дегустації або кулінарні шоу.

Промоція івенту — критичний етап підготовки. Сучасні ресторани заходи активно використовують соціальні мережі для реклами. Афіші, пости, stories та прямі ефіри залучають аудиторію. Ефективною є також співпраця з блогерами.

Реєстрація відвідувачів на івент та контроль за їх кількістю допомагають уникнути непередбачених ситуацій. Зустріч відвідувачів має бути теплою й організованою. Протягом заходу стежать за настроєм публіки. Це дозволяє вчасно реагувати на потреби аудиторії [9].

Після завершення івенту збирають відгуки. Це джерело цінної інформації для майбутніх івент подій. Так, аналіз успіху заходу допомагає покращити наступні івенти, але слід зауважити, що ресторани заклади, які постійно вдосконалюють свої заходи, мають стабільну клієнтську базу.

Організація івентів в ресторанному закладі є також ефективним способом створення бренду, адже відвідувачі пам'ятають атмосферу, емоції та сервіс. Тому івенти, на нашу думку, це інвестиція у майбутнє ресторанного закладу.

Крім прибутку, події приносять ресторанному закладу популярність. Вони створюють позитивний імідж: у медіа з'являються згадки про заклад. Це сприяє залученню нової аудиторії, що в подальшому призводить до майбутніх прибутків.

Зазначимо, що професійна організація івентів вимагає знань і досвіду. Часто ресторани заклади співпрацюють з івент-агенціями, що стала звичним явищем. Це пояснюється зростаючим попитом на професійно організовані заходи, адже івент-агенції мають досвід і ресурси для створення яскравих подій, а ось ресторани заклади надають локацію, кухню та сервіс. Завдяки такій взаємодії відвідувачі отримують якісний івент «під ключ». Агенції займаються сценарієм, декором, розважальною програмою, а також можуть запросити ведучих, музикантів, аніматорів. Це значно, у свою чергу, полегшує завдання для адміністрації ресторанного закладу. Співпраця агенції з ресторанним закладом

дозволяє оптимізувати процес підготовки івенту. Ресторанний заклад концентрується на обслуговуванні відвідувачів, а агенція відповідає за організаційні деталі івент-заходу [10].

Крім того, івент-агенції допомагають залучити нову аудиторію ресторанному закладу, адже мають свої канали реклами та клієнтські бази. Це дає змогу ресторанному закладу отримати додаткову популярність. Організаційна структура івент-агенції зображена на рис.1.3.

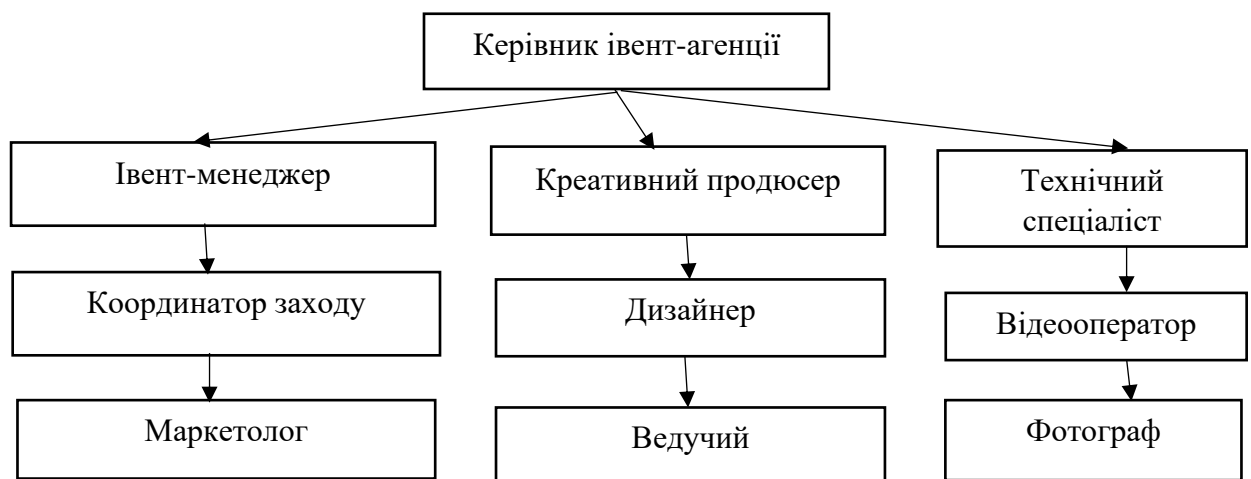


Рисунок 1.3 - Організаційна структура івент-агенції

Івент-агенції — це команда професіоналів, де головним фахівцем є івент-менеджер. Він відповідає за загальну координацію івент-заходу: від першої зустрічі з відвідувачем до завершення заходу. Івент-менеджер планує бюджет, підбирає підрядників, складає графік і тримає все під контролем.

Івент-менеджеру допомагає координатор заходу. Його завдання — організувати логістику: підготувати приміщення, забезпечити обладнання, стежити за таймінгом. Дуже важливим є креативний продюсер. Саме він створює ідею події, її концепцію та загальний стиль. Продюсер тісно співпрацює з дизайнером, який займається оформленням простору та підготовкою візуальних матеріалів [13].

Технічний спеціаліст відповідає за встановлення звукової, світлової та мультимедійної техніки. Він забезпечує безперебійну роботу всіх пристроїв під

час заходу. Також часто залучають відеооператорів і фотографів, які фіксують найкращі моменти івенту.

Щоб створити правильну атмосферу, запрошують ведучого або шоумена, який підтримує настрій відвідувачів, проводить конкурси та взаємодіє з публікою. Якщо подія велика, додають аніматорів, барменів-шоу, живу музику або DJ.

У великих івент-агенціях працюють також маркетологи та SMM-фахівці. Вони займаються рекламою івенту, просуванням у соцмережах, створенням афіш і контенту. Їхня робота допомагає залучити більше відвідувачів і зробити івент-захід популярним.

Іноді івент-агенція співпрацює з кастинг-менеджером, який підбирає артистів і ведучих. В деяких випадках залучають перекладачів, якщо подія, наприклад, міжнародна. Для дитячих івентів часто потрібні декоратори, аніматори та майстри творчих занять.

Кожен учасник команди івент-агенції виконує свою функцію, але всі працюють заради спільного результату. Співпраця та чітке розуміння задач дозволяють створювати якісні й ефектні події, а також незабутній досвід.

2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТРАНУ «PICCOLINO TRATTORIA»

2.1 Загальна характеристика ресторану «Piccolino Trattoria»

Ресторан «Piccolino Trattoria» розташований в місті Хмельницький за адресою: вулиця Панаса Мирного 1. Це затишний сімейний ресторан італійської кухні з гастрономічними особливостями регіону Емілья Романія. Ресторан «Piccolino Trattoria» знаходиться на 4 поверсі торговельного центру, а також має терасу з геокуполами, що створює затишну атмосферу для відпочинку та куштування смачними італійськими стравами. Ресторан відрізняється від інших ресторанних закладів та має свою неповторну унікальну особливість, наприклад: піч для піци на дровах; коктейльна карта; кальяне меню; в меню є вид страв «Більше вогню», що містить тільки страви приготовані на вогні; відкрита кухня; лобіо в стилі готельної рецепції, де відвідувачів зустрічає хостес; майстер-класи для дорослих і дітей; дизайнерські елементи в декорі, такі як неонові вивіски, диско куля, стіл з підвісними стільчиками-гойдалками тощо. Усе це робить ресторан «Piccolino Trattoria» неповторним та антуражним місцем, де можна насолоджуватися приємною атмосферою з друзями та смачною їжею.

Для відвідувачів пропонують страви: сезонне меню з аспарагуса, закуски, супи, салати, пасту, м'ясо та рибу, дитяче меню, піцу, десерти, суші меню, банкетні страви. Ресторан «Piccolino Trattoria» має карту бару, де своїм відвідувачам пропонують такі напої як: міцний алкоголь, алкогольні коктейлі, тихі вина, ігристе вино, вермути та лікери, пиво, глінтвейн меню, безалкогольні напої, лимонади, моктейлі, кава, мікшейк, різні види чаїв. Полюбляють відвідувачі ресторану і кальяне меню. Для кальянів використовують модель для повсякденного куріння Tiaga Hookah, яка підходить для професіоналів, так і для новачків.

Ресторан «Piccolino Trattoria» для своїх відвідувачів пропонує подарункові сертифікати (табл.2.1.).

Таблиця 2.1 – Характеристика сертифікатів для відвідувачів ресторану «Piccolino Trattoria»

№п/п	Назва	Опис	Термін придатності сертифікату, рік	Ціна, грн
1	Сертифікат на дитячий кулінарний майстер клас	Майстер класи проводяться за участю професійного аніматора щосуботи о 13:00. Діти отримують дипломи та подарунки від закладу після завершення майстер класу	1	400
2	Сертифікат на вечерю	Подарунковий сертифікат з відкритим депозитом на відповідну суму	1	1000
3	Сертифікат на романтичне побачення	Романтичне побачення у геосфері на двох під відкритим небом. Смачна вечеря, святкове сервірування столу, біо камін, свічки, квіти тощо. Депозит на меню – 2000 грн.	1	2500
4	Сертифікат на піцу	Подарунковий сертифікат з відкритим депозитом на відповідну суму	1	400

Так, під час проходження преддипломної практики в ресторані «Piccolino Trattoria» було проаналізовано, що найбільшим попитом користуються сертифікати на дитячий кулінарний майстер клас (67%), далі сертифікат на вечерю (20%), сертифікат на піцу (8%), сертифікат на романтичне побачення (5%). Збір інформації тривав три тижні (рис.2.1)

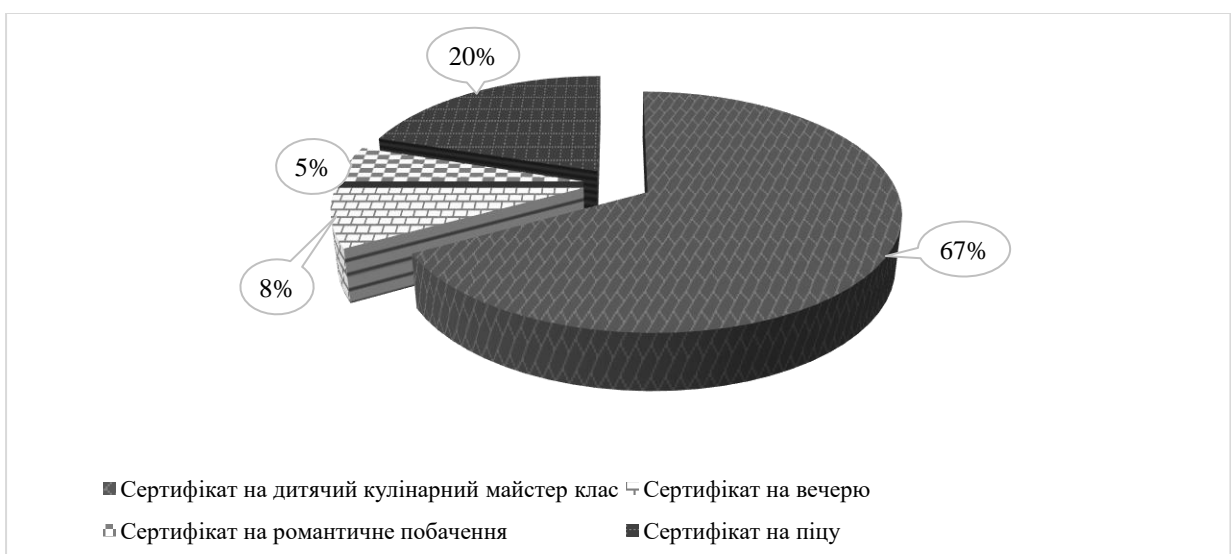


Рисунок 2.1 – Попит подарункових сертифікатів в ресторані «Piccolino Trattoria»

В ресторані проводять ділові зустрічі, бізнес ланчі та святкові заходи. Керівником ресторану є Гула Надія, яка обіймає посаду директора закладу. Слід зауважити, що ресторан «Piccolino Trattoria» є частиною мережі сімейних ресторанів італійської кухні, що належить компанії BRG (Best Restaurant Group).

Сфера діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» це є надання послуг громадського харчування. Основні напрями діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» відображено на рис. 2.2.



Рисунок 2.2 - Основні напрями діяльності ресторану «Piccolino Trattoria»

Організаційна структура ресторану «Piccolino Trattoria» є лінійною, що являє собою однією з найпростіших та найпоширеніших моделей управління в ресторанному закладі. В лінійній організаційній структурі усі повноваження та відповідальність передаються по вертикалі зверху вниз. У такій структурі кожний працівник в ресторані підпорядковується лише одному безпосередньому керівнику. Основні риси лінійної структури ресторану «Piccolino Trattoria»:

- єдиноначальність, тобто працівник ресторану отримує вказівки тільки від одного керівника, а це запобігає дублюванню завдання;
- чітка ієрархія, тобто управління ресторанного закладу побудоване у

формі піраміди, починаючи з директора і до рядових працівників;

— простота управління, тобто зрозумілий розподіл ролей та обов'язків у системі управління;

— швидке ухвалення рішень, тобто рішення передаються безпосередньо від керівника (директора) до підлеглих без зайвих проміжних узгоджень.

Організаційна структура ресторану «Piccolino Trattoria» побудована на рис. 2.3.

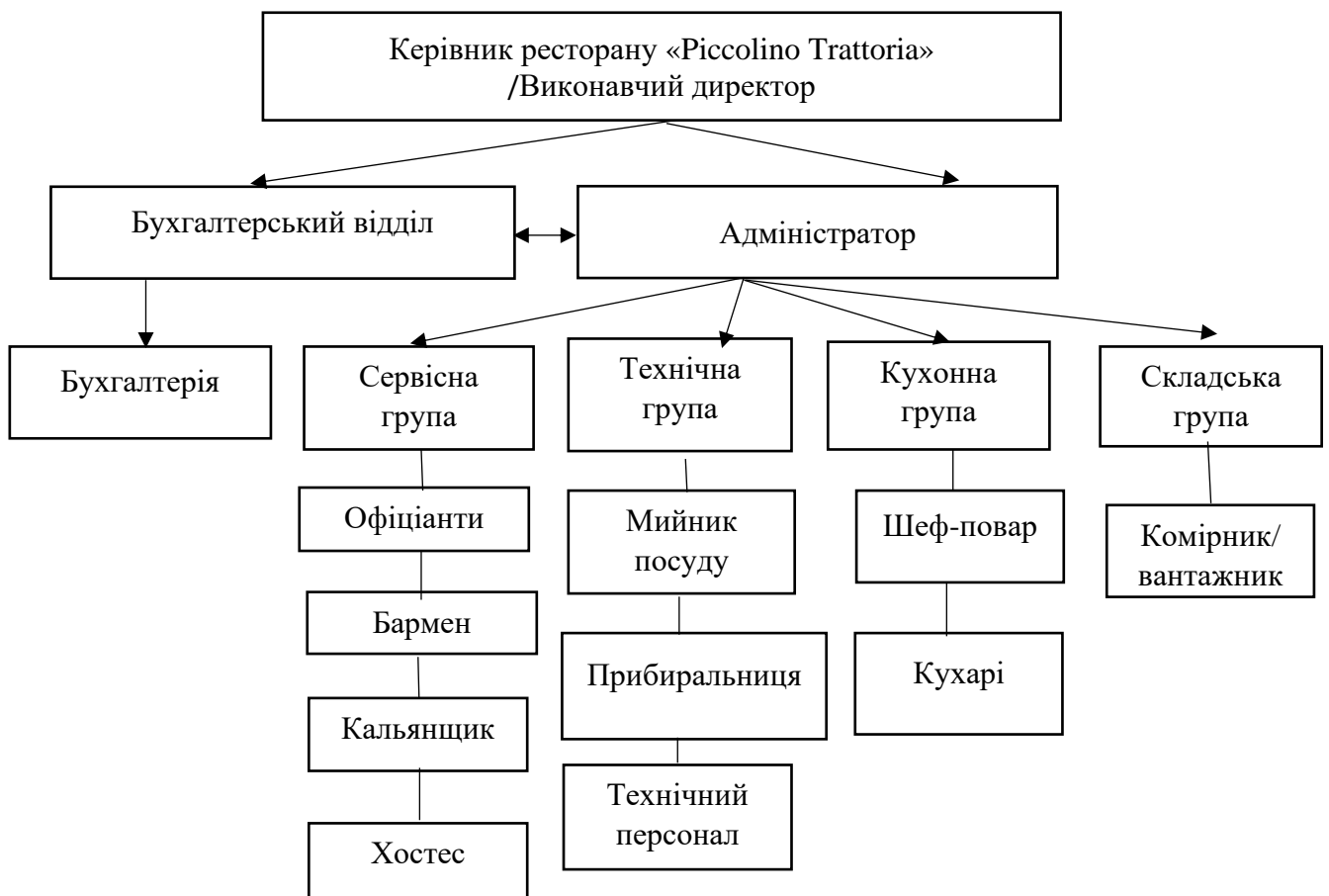


Рисунок 2.3 - Організаційна структура ресторану «Piccolino Trattoria»

Основними конкурентами ресторану «Piccolino Trattoria» можуть виступати наступні ресторани заклади: ресторан «Chili Pizza», ресторан «Mama in cucina» та ресторан «New-York Street Pizza». Усі перераховані ресторани заклади спеціалізуються на італійських стравах. Зробимо детальний аналіз по показниках розташування ресторанного закладу, спеціальні пропозиції, кухня,

додаткові послуги, кількість місць. Проаналізуємо згідно відгуків у Google середній бал конкурентів та побудуємо конкурентний профіль у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 - Ресторан «Piccolino Trattoria»: конкурентиний профіль

Показник	Ресторан			
	«Piccolino Trattoria»	«Chili Pizza»	«Mama in cucina»	«New-York Street Pizza»
Розташування	Панаса Мирного, 1	Кам'янецька, 2	Проскурівська, 44/1	Кам'янецька, 17/1
Кухня	Італійська та японська кухня. Дитяче меню	Італійська кухня. Дитяче меню	Італійська кухня. Дитяче меню	Італійська та східна кухня
Спеціальні пропозиції	Кальяне меню	Бізнес-ланч з 12:00-16:00	Веганські страви	Щасливі години зі знижками на їжу
Додаткові послуги	Дитяча кімната; проведення майстер-класів; подарункові сертифікати; музичні вечори; доставка їжі кур'єром.	Безкоштовна доставка від 500 грн; самовивіз (надається -10% знижка); дитяча кімната	Тераса, закрита обідня зала, доставка їжі кур'єром.	VIP-зала з окремим виходом; самовивіз (надається -10% знижка); доставка їжі кур'єром.
Кількість місць	150	80	80	80
Кількість відгуків у Google	1109	3608	68	1654
Рейтинг	4,3	4,1	4,2	4,3

Джерело: складено на основі відгуків у Google

Так, згідно табл. 2.2 можна зробити висновок, що ресторан «Piccolino Trattoria» та ресторан «New-York Street Pizza» мають гарні рейтинги (4,3). Але, на нашу думку, ресторан «Piccolino Trattoria» знаходиться в зручному розташуванні (спальний мікрорайон) та має свою неповторну унікальну особливість. Проаналізовані ресторани заклади пропонують великий вибір страв італійської кухні («Фріто місто», «Zuppa di fagioli», «Focaccia di Liguria» тощо). Спеціальні пропозиції є у всіх рестораних закладів. Що стосується додаткових послуг, то вважаємо, що найбільше додаткових послуг в ресторані «Piccolino Trattoria». Щодо посадочних місць, то найбільша кількість в ресторані «Piccolino Trattoria». Додаткові посадочні місця мають значний вплив на

формування прибутку, оскільки більша кількість місць для відвідувачів ресторану дозволяє обслуговувати більше клієнтів одночасно. Це створює сприятливі умови для збільшення обсягів продажів, особливо у пікові години чи під час проведення святкових заходів.

2.2 Аналіз структури персоналу ресторану «Piccolino Trattoria»

Для успішної роботи ресторану «Piccolino Trattoria» важливе значення має персонал ресторану, адже від професіоналізму, культури обслуговування співробітників та злагодженої роботи залежить рівень задоволеності відвідувачів і загальна репутація ресторану. До складу персоналу входять: адміністративний персонал (директор, адміністратор), що відповідають за організацію роботи ресторану, управління колективом та контроль за якістю обслуговування; кухонний персонал (шеф-кухар, кухарі, помічники кухаря), що забезпечують приготування страв відповідно до стандартів меню; обслуговуючий персонал (офіціанти, бармени, хостес, кальянщик), що взаємодіють з відвідувачами, створюючи позитивне враження від відвідування ресторану; допоміжний персонал (прибиральниці, посудомийники, технічні працівники), що відповідають за чистоту та комфорт у ресторані.

Персонал ресторану «Piccolino Trattoria» є єдиною командою та прагне щодо якісного обслуговування своїх відвідувачів (рис.2.4).



Рисунок 2.4 – Принципи роботи ресторану «Piccolino Trattoria»

Персонал ресторану «Piccolino Trattoria» відповідає професійним, особистісним та етичним критеріям, оскільки якість обслуговування впливає на враження відвідувачів, а також на загальний успіх ресторану. Персонал складається з управлінсько-адміністративного персоналу 4 чоловік; працівники виробництва – 19 чоловік.

Таблиця 2.3 – Структура персоналу ресторану «Piccolino Trattoria»

№	Посада	Кількість
Адміністративно-управлінський персонал		
1	Директор	1
2	Адміністратор	1
3	Бухгалтер	2
Всього		4
Працівники виробництва		
4	Шеф-кухар	1
5	Кухарі	5
6	Офіціанти	4
7	Бармен	2
8	Кальянщик	1
9	Хостес	1
10	Прибиральниця	1
11	Мийник посуду	2
12	Технічний персонал	1
13	Комірник/вантажник	1
Всього		19

Система оплати праці у ресторані є погодинна, а це означає, що працівники отримують заробітну плату залежно від кількості фактично відпрацьованих годин. Такий підхід в ресторані «Piccolino Trattoria» дозволяє ефективно планувати графік роботи, оптимізувати витрати на персонал, а також стимулювати ефективність праці. Зазначимо, що погодинна оплата застосовується до обслуговуючого персоналу (офіціанти, бармени, кальянщик, хостес), а також частково до кухонного та допоміжного складу. В ресторані розмір ставки варіюється залежно від посади, досвіду працівника та рівня навантаження. Також окрім основної оплати, працівники можуть отримувати бонуси, чайові або надбавки за якісне виконання своїх обов'язків. Саме такий підхід керівництво ресторану «Piccolino Trattoria» мотивує персонал до

продуктивної роботи, а також забезпечує справедливу компенсацію відповідно до вкладених зусиль.

У ресторані спостерігається невеликий рівень плинності кадрів, а це свідчить про відносну стабільність колективу та задоволеність працівників умовами праці. Така ситуація в ресторані «Piccolino Trattoria» є позитивним показником, оскільки дозволяє зберігати досвідчених працівників, а також знижувати витрати на підбір і навчання нового персоналу.

Таблиця 2.4 – Аналіз плинності кадрів в ресторані «Piccolino Trattoria»

№	Найменування посади¶	К-сть од.□		Зміна, чол.¶ 2024-2023□
		2023□	2024□	
	Директор□	1□	1□	0□
	Адміністратор□	1□	1□	0□
	Бухгалтер□	2□	2□	0□
	Шеф-кухар□	1□	1□	0□
	Кухарі□	4□	5□	1□
	Офіціанти□	5□	4□	-1□
	Бармен□	2□	1□	-1□
	Кальянщик□	0□	1□	1□
	Хостес□	1□	1□	0□
	Прибиральниця□	2□	1□	-1□
	Мийник посуду□	2□	2□	0□
	Технічний персонал□	1□	1□	0□
	Комірник/вантажник□	2□	1□	-1□
	Всього□	24□	22□	0□

У ресторані «Piccolino Trattoria» заробітна плата є ключовим чинником утримання персоналу, забезпечення високої якості обслуговування та стабільної роботи закладу. Аналіз заробітної плати дозволяє оптимізувати витрати та мотивувати працівників на досягнення кращих результатів. Регулярний перегляд і коригування рівня оплати заробітної плати допомагає зберігати конкурентоспроможність на ринку праці, зменшити плинність кадрів і покращити корпоративну культуру. У ресторані враховують не лише економічні показники, а й індивідуальні досягнення, професійне зростання та відгуки споживачів. Збалансована система оплати праці, що поєднує фіксовану частину з мотиваційними бонусами, створює у ресторані «Piccolino Trattoria» прозорі

умови та сприяє ефективній роботі всієї команди. Проаналізуємо заробітну плату у ресторані «Piccolino Trattoria» (табл.2.5)

Таблиця 2.5 – Аналіз заробітної плати працівників у ресторані «Piccolino Trattoria»

Найменування посади	Середньомісячна ЗП, грн		Темп приросту/падіння, %
	2023	2024	2024/2023
Директор	18000	20000	11,1
Адміністратор	15000	18000	20,0
Бухгалтер	15000	18000	20,0
Шеф-кухар	17000	19000	11,8
Кухарі	15000	18000	20,0
Офіціанти	10000	11000	10,0
Бармен	9500	10500	10,5
Кальянщик	x	10000	x
Хостес	6800	8000	17,6
Прибиральниця	6800	8000	17,6
Мийник посуду	6800	8000	17,6
Технічний персонал	6800	8000	17,6
Комірник/вантажник	6800	8000	17,6

Отже, у ресторані «Piccolino Trattoria» спостерігається позитивна динаміка зростання заробітної плати для персоналу. Це свідчить про прагнення закладу підтримувати конкурентоспроможні умови праці та мотивувати співробітників до професійного розвитку. Але мінімальна заробітна плата притаманна у допоміжного персоналу.

Розглянемо SWOT-аналіз, який є ефективним інструментом стратегічного планування для ресторану «Piccolino Trattoria». SWOT-аналіз дозволяє визначити сильні та слабкі сторони ресторану, а також зовнішні можливості й загрози. Такий підхід зможе допомогти побачити повну картину поточного стану ресторану. Сильні сторони вказують на конкурентні переваги, які варто розвивати. Слабкі сторони дають змогу виявити проблеми, що потребують вдосконалення. Аналіз зовнішніх можливостей дозволяє вчасно реагувати на зміни ринку або споживчі тренди. Виявлення загроз дає змогу заздалегідь підготувати план дій у разі кризової ситуації. SWOT-аналіз корисний для

прийняття зважених управлінських рішень. Це особливо важливо для галузей із високим рівнем конкуренції, таких як ресторанний бізнес (табл.2.6).

Таблиця 2.6 - Ресторан «Piccolino Trattoria»: SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Ресторан італійської кухні; 2. Знаходиться на 4 поверсі торговельного центру; 3. Має терасу з геокуполами; 4. Дитяча кімната для матері і дитини; 5. Проведення майстер-класів (у т.ч. дитячих майстер-класів); 6.Професіоналізм шеф-кухаря; 7.Впізнаваність бренду «Piccolino Trattoria»; 8.Наявність сайту в соціальних мережах.	1.Велика кількість конкурентів; 2.Нестабільність в Україні (війна); 3.Плинність кадрів; 4. Обмежена кількість відвідувачів; 5. Недостатнє фінансування.
Можливості	Загрози
1. Орієнтування на широкий сегмент споживачів; 2.Збільшення додаткових послуг; 3.Створення бонусної програми для споживачів.	1. Не платоспроможність українського споживача (війна); 2. Зростання цін на сировину; 3.Збільшення кількості конкурентів з нижчою вартістю надання послуг; 4. Податкові реформи.

Розглянемо аналіз основних фінансових показників ресторану «Piccolino Trattoria», адже це один із найважливіших етапів у процесі управління закладом. Такий аналіз дозволяє керівнику об'єктивно оцінити ефективність роботи ресторану, контролювати витрати та доходи, а також виявляти проблемні зони (табл.2.7).

Таблиця 2.7 - Аналіз фінансових показників ресторану «Piccolino Trattoria».

Показник	Од.вим.	Роки		Темп зростання/падіння, %
		2023	2024	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	грн	5 304 893	7 342 539	38,41
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	грн	1 847 658	1 951 724	5,63
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300 - (+) 2310)	грн	318 293	551 501	73,26

Чистий дохід від реалізації продукції ресторану покращився у 2024 році на 2 037 646 грн, де темп зростання складає 38,41 %. Собівартість реалізованої продукції у 2024 році збільшився на 104 066 грн. У 2024 році ресторан «Piccolino

Trattoria» покращив прибуток на 233 208 грн завдяки оптимізації витрат та вдосконалення сервісу. Зростання доходів також стало можливим завдяки впровадженню кальян меню та ефективному маркетингу.

2.3 Аналіз івентів в ресторані «Piccolino Trattoria»

Аналіз івентів ресторану «Piccolino Trattoria» спрямований на оцінку якості, асортименту та відповідності очікуванням споживачів. В ресторані основну увагу приділяють меню, зокрема різноманітності та сезонності, а також надання додаткових послуг. Якість обслуговування аналізують через професійність персоналу, швидкість подачі страв і здатність вирішувати проблеми споживачів.

Особливу увагу приділяють адаптації послуг до сезонного попиту, пропонуючи тематичні акції та спеціальні фірмові страви. Результати аналізу допомагають виявити слабкі місця, покращити клієнтський досвід та підвищити лояльність споживачів. Регулярне дослідження послуг сприяє збільшенню прибутковості та збереженню конкурентоспроможності ресторану «Piccolino Trattoria». Вплив фірмових страв на врахування мети ресторану зображено у табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Вплив фірмових страв на врахування мети ресторану

Мета ресторану «Piccolino Trattoria 3»	Категорії, перед якими ставляться цілі	Страви всередині категорії, які досягають цих цілей
Забезпечити постійний потік відвідувачів	Пріоритетні та базові страви	Відомі та актуальні страви ресторану
Отримання прибутку	Пріоритетні та базові страви, не завжди унікальні	Особливі та нові страви
Втримати відвідувачів	Пріоритетні та базові страви, не завжди унікальні	Особливі, недорогі та сезонні страви
Збільшення середнього чеку	Пріоритетні та базові страви	Комплексні страви/сніданки
Винекнення бажання щодо здійснення замовлення	Пріоритетні та унікальні страви	Страви зі спеціальної пропозиції дня або новинки
Підтримати імідж ресторану	Пріоритетні та унікальні страви	Вишукані страви італійської кухні

Основними мотивами відвідування ресторану «Piccolino Trattoria» є задоволення фізіологічної потреби в їжі та прагнення до соціальної взаємодії. До волі часто відвідувачі приходять для святкування важливих подій або романтичних побачень. Ресторан також слугує місцем для ділових зустрічей і неформального спілкування з колегами. Окрім цього, відвідувачів приваблює можливість отримати новий гастрономічний досвід італійської кухні, а також насолодитися приємною атмосферою. Також для деяких відвідувачів важливими є зручність розташування закладу та швидкість обслуговування. Тому, під час проходження преддипломної практики було здійснено маркетингове дослідження щодо визначення уподобань відвідувачів ресторану. Було опитано 50 осіб з різних видів діяльності від 18 до 65 років. Збір інформації тривав три тижні (рис.2.5).

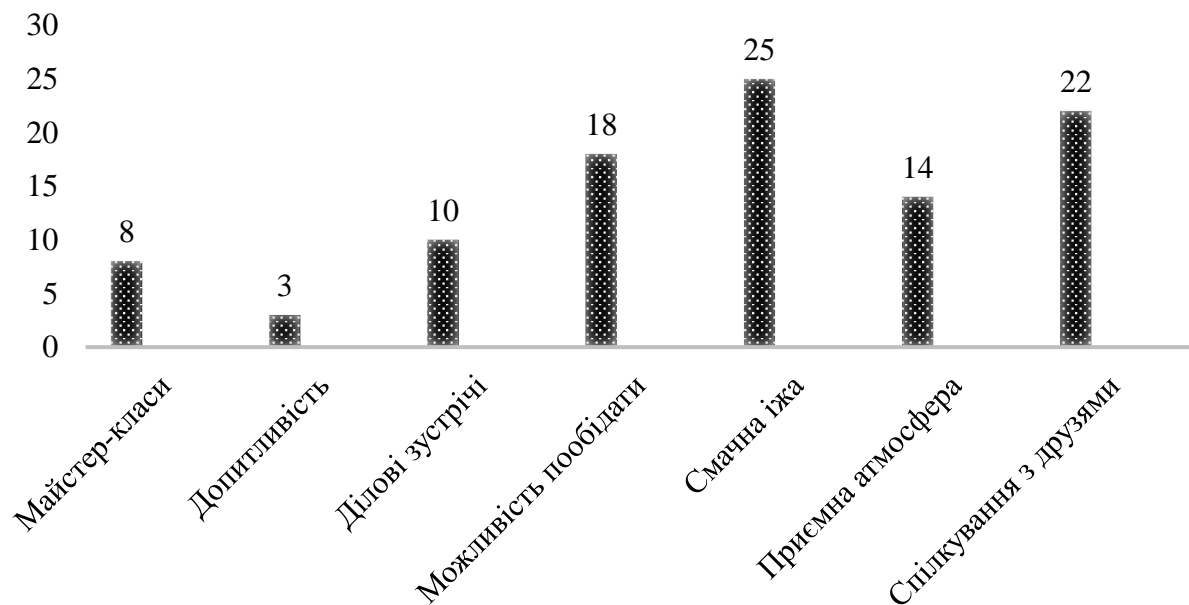


Рисунок 2.5 – Основні мотиви відвідування ресторану «Piccolino Trattoria», (%)

Згідно аналізу, можна стверджувати, що основними мотивами відвідування ресторану «Piccolino Trattoria» є смачна їжа, спілкування та можливість пообідати під час перерви робочого часу.

Проаналізуємо івенти ресторану «Piccolino Trattoria», які є важливим інструментом для залучення нових відвідувачів, а також для підвищення лояльності постійних відвідувачів. Гастровечори, такі як «Регіональна кухня

Лігурії», «Гастрономічна подорож П'ємонт», «Гастрономічна подорож, що охоплює 12 регіонів Італії» або «Чарівний світ Veneto» створюють особливу атмосферу і зацікавлюють відвідувачів. Жива музика (вечір вокалу vs саксофон з гуртом «Delight Duo», музика від DJ Ivan Korn) або «Cocktail Party» під акомпанемент співачки Торія додають емоційності та роблять вечір незабутнім у ресторані «Piccolino Trattoria 3». Відбуваються також сезонні свята, наприклад, «8 березня у Piccolino 3.0», «Valentine's Day», «Міжнародний день піци», а також дитячі майстер-класи «Kids Burger з курчам та телятиною», бенто торт «Червоний оксамит», «Сет ролів «Макі» та «Піца сирна з саямі та сирними бортиками».

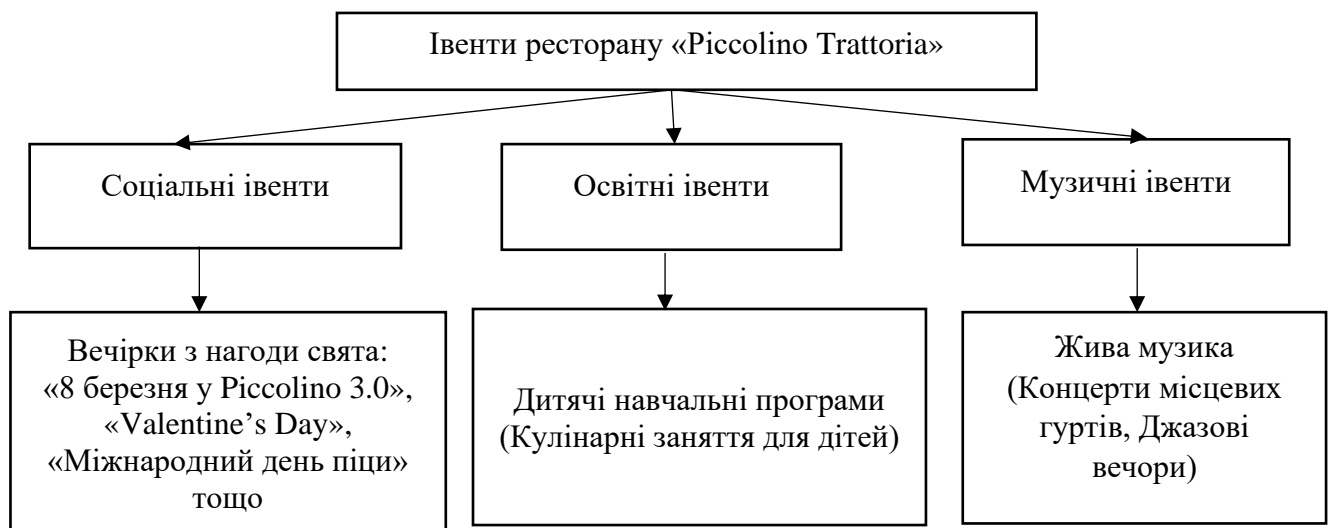


Рисунок 2.6 – Характеристика івентів ресторану «Piccolino Trattoria»

Реклама івентів ресторану «Piccolino Trattoria» відбувається через соціальні мережі, такі як Instagram і Facebook та допомагає залучити більше відвідувачів і підвищити обізнаність про ресторан. Для ресторану також важливим є зворотний зв'язок від відвідувачів, адже їхні враження можуть стати основою для покращення майбутніх заходів. Так, під час проходження преддипломної практики було здійснено маркетингове дослідження щодо застосування івентів для відвідувачів ресторану. Результати аналізу відображено на рисунку 2.7.

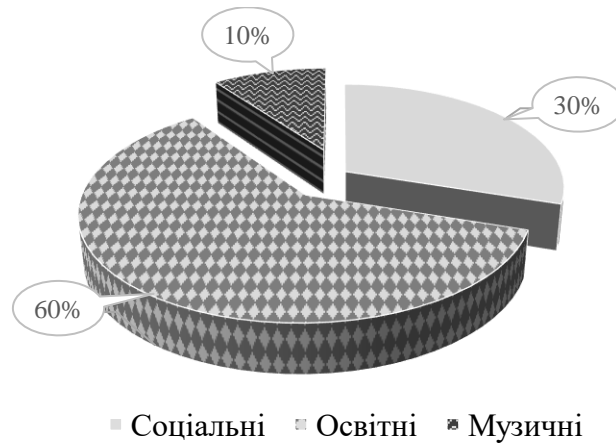


Рисунок 2.6 – Аналіз івентів ресторану «Piccolino Trattoria»

На нашу думку, найбільш ресторан «Piccolino Trattoria» застосовує освітні івенти (60%). Це свідчить про те, що ресторан активно залучає відвідувачів через майстер-класи, що підвищує лояльність та зацікавленість у закладі. Вважаємо, що ресторан може продовжувати розвивати цю сферу, запрошуючи експертів, організовуючи тематичні вечори або співпрацюючи з місцевими школами та університетами. Соціальні івенти (30%) займають незначну частину у діяльності ресторану. Ресторан може розглянути можливість розширення пропозицій для соціальних івентів, наприклад, спеціальні пакети для святкувань або знижки для груп. Музичні івенти, які складають лише 10%, мають низький відсоток, адже ресторан не завжди акцентує увагу на музичних подіях. На нашу думку, це пов'язано з війною в Україні.

Загалом, ресторан «Piccolino Trattoria» має хорошу базу для розвитку, з акцентом на освітні івенти. Розширення соціальних і музичних івентів може допомогти залучити нових відвідувачів, а також збільшити загальну популярність ресторанного закладу.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В РЕСТОРАНІ «PICCOLINO TRATTORIA»

3.1 Напрями, як спрямовані на удосконалення івент-менеджменту в ресторані «Piccolino Trattoria»

У сучасному ресторанному бізнесі конкуренція зростає щодня, тому щоб виділитися серед інших ресторанних закладів, потрібно впроваджувати нові, цікаві формати взаємодії з відвідувачами. Застосування нового івенту в ресторанному закладі може стати потужним інструментом залучення відвідувачів. Івенти створюють атмосферу свята, додають емоцій, а це в свою чергу приваблює відвідувачів. Наприклад, тематичні вечори, майстер-класи чи музичні концерти можуть зробити ресторанний заклад популярним місцем для дозвілля або сприяти формуванню лояльної аудиторії. Крім того, це можливість для ресторанного закладу додаткового заробітку, адже івенти стимулюють продажі їжі та напоїв, а також це спосіб розширити коло відвідувачів за рахунок нових цільових груп. Комунікація в соціальних мережах навколо івентів буде підвищувати впізнаваність бренду ресторанного закладу, тому що розважальні заходи створюють привід для публікацій, відгуків або рекомендацій. Все це формує позитивний імідж ресторанного закладу. Успішно реалізовані івенти можуть перерости у регулярну традицію та у майбутньому стати стратегічним кроком розвитку ресторанного закладу. Тому одним з напрямів, які спрямовані на удосконалення ресторану «Piccolino Trattoria» є впровадження нового івенту «Італійська гастремафія».

«Італійська гастремафія» — це не просто вечір у ресторані «Piccolino Trattoria», а стильний тематичний івент, який об'єднує атмосферу культових італійських фільмів, смачну кухню й інтерактивну гру. Формат події розраховано для невеликої компанії з 20 осіб. Він поєднує гастрономічне задоволення з живим спілкуванням і жартівливою стилізацією під «мафіозний» стиль. Банер івенту «Італійська гастремафія» відображено у Додатку А.

«Італійська гастромафія» — це доказ того, що навіть звичайна вечеря може стати інтерактивною подією. Вона об'єднує людей і дає простір для жартів, спілкування та смаку. Такий формат ідеально підходить для корпоративів, дружніх зустрічей, днів народжень. Він універсальний, легко адаптується й залишає після себе яскраві спогади (табл.3.1.).

Таблиця 3.1 – Загальна характеристика івенту «Італійська гастромафія»

Івент: «Італійська гастромафія»	
Формат	Закрита вечеря для «обраних» у мафіозному стилі
Локація	Зал ресторану «Piccolino Trattoria 3», оформлений у стилі 30-х років або «італійського бандо-ретро»
Дата/час	19 червня 2025 р., початок о 18:30
Кількість гостей	20 осіб
Дрес-код	Total black або smart casual з італійськими аксесуарами (капелюхи, підтяжки, сигари)

Далі пропишемо покроковий сценарій події, який є ключовим елементом у успішній організації івенту. Він забезпечує чітку послідовність дій і злагоджену роботу всієї команди. Завдяки сценарію можна уникнути хаосу та непередбачених ситуацій. Це інструмент, який перетворює ідею на продуману подію з логікою, стилем і структурою (табл.3.2.).

Таблиця 3.2 - Таймлайн події «Італійська гастромафія»

Час	Подія
18:30	Зустріч гостей — welcome-дрінк + фотозона
18:45	Італійський аперитив — вітальна промова
19:00	Подача закусок — брускети, прошуто, оливки
19:30	Гра «Мафія» (1 частина) — розподіл ролей
20:00	Паста-шоу від шефа — приготування на очах
20:30	Основна страва — паста, лазанья або ризото
21:00	Гра «Мафія» (2 частина) — розв'язка сюжету
21:30	Солодкий фінал — тірамісу та кава
22:00	Неформальне спілкування + музика

Вечір «Італійська гастромафія» — детальний сценарій:

18:30 — Зустріч гостей. Гостей зустрічають офіціанти у стилізованій формі з елементами італійської мафії 30-х років. На вході — фотозона з капелюхами,

сигарами, гральними фішками та декором у стилі The Godfather. Усі отримують welcome-дринк — Aperol Spritz або італійське ігристе. Звучить легка італійська музика — Eros Ramazzotti, Andrea Bocelli, інструментальні версії Ennio Morricone.

18:45 — Італійський аперитив. Ведучий вітає гостей, коротко розповідає про атмосферу вечора та правила гри «Мафія». Відбувається легкий аперитив з італійськими снеками: маслини, сири, прошуто. Гості знайомляться одне з одним — на кожному столику розміщені картки з мафіозними псевдонімами.

19:00 — Подача закусок. Починається офіційна подача закусок: брускети з томатами, пармезан, салямі та антипасті. Кожна страва супроводжується короткою історією від сомельє або офіціанта: звідки походить, чим особлива.

19:30 — Гра «Мафія» (1 частина). Ведучий проводить перше коло гри. Гості отримують ролі — мафіозі, комісар, лікар та мирні жителі. Гра починається з таємних перемовин, перших підозр і гучних промов. Все відбувається театралізовано, з інтерактивом і гумором.

20:00 — Паста-шоу від шефа. Поки «Мафія» вирішує долі гравців, шеф-кухар виходить у зал і демонструє приготування фірмової пасти або лазаньї наживо. Гості можуть поставити запитання, спробувати інгредієнти, відчутти аромат справжньої італійської кухні.

20:30 — Основна страва. Після шоу всім подається основна страва на вибір — паста карбонара, лазанья болоньезе або ризото з білими грибами. Атмосфера — напівтемрява, свічки на столах, елегантна фоновіа музика.

21:00 — Гра «Мафія» (2 частина). Розв'язка інтриги. Гості активно обговорюють, хто є мафією, зростає напруга та азарт. Наприкінці — урочисте «викриття» злочинців. Переможці отримують символічні призи: пляшку італійського вина або ваучер на знижку.

21:30 — Солодкий фінал. Офіціанти приносять тірамісу та італійську каву. Гості діляться враженнями, фотографуються, залишають побажання організаторам.

22:00 — Вільне спілкування. Завершення вечора під музику — танці, вільне спілкування, обмін контактами. Можливість залишити відгук у книзі вражень або онлайн.

Зауважимо, що меню відіграє ключову роль у створенні автентичної атмосфери вечора «Італійська гастромафія». Воно не лише підсилює тематичність заходу, а й забезпечує незабутні гастрономічні враження для гостей. Початок із Aperol Spritz або Martini Bianco налаштовує на легкий і святковий настрій, характерний для італійських аперитивів. Брускети, прошуто і пармезан створюють класичне враження від італійської антипасти, підкреслюючи увагу до традицій. Основна страва — паста карбонара або лазанья болоньезе — це кулінарне серце вечора, що дарує відчуття домашнього тепла й автентики. Тірамісу та кава завершують вечерю «Італійська гастромафія». Саме завдяки такому меню подія набуває глибини й характеру — не лише як розвага, а як культурно-гастрономічна подорож.

Івент створює атмосферу «свого кола», де панує довіра, гумор і смачні враження. Візуальне оформлення, музика, дрес-код — усе працює на загальний настрій.

3.2 Пропозиції щодо удосконалення діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» через застосування івент-послуги

Ресторан «Piccolino Trattoria» може значно зміцнити свою позицію на ринку, впроваджуючи регулярні тематичні івенти. Проведення заходів на кшталт «Італійська гастромафія» створює унікальний досвід для відвідувачів, що підвищує лояльність відвідувачів. Івенти стимулюють повторні візити, створюючи постійний потік відвідувачів, а також дають можливість спробувати нові страви чи напої, тестуючи реакцію відвідувачів у неформальній атмосфері.

Прорахуємо орієнтовний кошторис витрат івенту «Італійська гастромафія» на 20 осіб (табл 3.3).

Таблиця 3.3 - Орієнтовний кошторис витрат івенту «Італійська гастромафія» на 20 осіб

Стаття витрат	Сума, грн	Коментар
Продукти та напої	7 000	Обмежене меню з 3 позицій, безкоштовна вода, 1 келих вина
Персонал	2 500	1 кухар і 1 офіціант (оптимізований графік роботи)
Маркетинг	500	Публікації в Instagram, Telegram, бартер із місцевими інфлюенсерами
Декор і реквізит	800	Свічки, скатертини, мафіозна символіка (картки, маски тощо)
Розважальна програма	3 000	Один ведучий гри «Мафія» з власними матеріалами
Інші витрати	1 200	Серветки, одноразовий посуд, прибирання, форс-мажори
Загальні витрати	15 000	

Порахуємо фінансові показники, які є критично важливими для успішної організації заходу «Італійська гастромафія» на 20 осіб. Вони дозволяють ресторану «Piccolino Trattoria» чітко оцінити витрати, передбачити прибуток і встановити оптимальну ціну квитка. Без попереднього прорахунку можна зіштовхнутися з перевитратами або низькою рентабельністю. Аналіз витрат і доходів допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо формату заходу, меню, кількості персоналу та рівня декору. Рентабельність заходу є показником ефективності управління ресурсами і здатності ресторану масштабувати подібні івенти. Також фінансовий розрахунок слугує аргументом для залучення партнерів або спонсорів. Зрештою, чітке розуміння фінансів — запорука сталого розвитку ресторану «Piccolino Trattoria» як івент-простору (табл 3.4).

Таблиця 3.4 – Основні фінансові показники івенту «Італійська гастромафія» на 20 осіб

Показник	Значення
Загальні показники	
Кількість гостей	20 осіб
Ціна квитка	1 200 грн
Загальний дохід	24 000 грн
Фінансові показники	
Дохід	24 000 грн
Витрати	15 000 грн
Прибуток	9 000 грн
Рентабельність	37,5%

Доходи: $1\,200 \text{ грн} \times 20 \text{ осіб} = 24\,000 \text{ грн}$

Чистий прибуток: $24\,000 - 15\,000 = 9\,000 \text{ грн}$

Рентабельність: $(9\,000 / 24\,000) \times 100\% = 37,5\%$

Переваги застосування івенту «Італійська гастремафія» в ресторані «Piccolino Trattoria 3»:

- Зберігається унікальність заходу (італійська тема, гра в мафію);
- Підвищується рентабельність;
- Менше ресурсів -це швидша підготовка;
- Можна проводити частіше як регулярну подію.

Запропоновані пропозиції зводимо в таблицю 3.5.

Таблиця 3.5 - Пропозиції щодо удосконалення діяльності ресторану «Piccolino Trattoria» через застосування івент-послуги

Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	2	3
Рекомендовано впровадження нового івенту «Італійська гастремафія»	Запропонований стильний тематичний івент, який об'єднує смачну кухню й інтерактивну гру	Сприятиме покращенню роботи ресторану «Piccolino Trattoria», що матиме позитивний вплив на прибутковість і зростання популярності серед відвідувачів.
Рекомендовано розрахувати кошторис витрат, а також основні фінансові показники івенту «Італійська гастремафія» на 20 осіб	Можна чітко оцінити витрати, передбачити прибуток і встановити оптимальну ціну квитка на івент «Італійська гастремафія»	Завдяки оптимізованим витратам підвищується рентабельність ресторанного заходу, що позитивно впливає на прибутковість і стабільний розвиток ресторанного закладу.

Загалом, подібна стратегія не лише підвищує прибутковість, а й формує впізнаваний бренд зі сталою клієнтською базою.

ВИСНОВКИ

Івент-менеджмент є одним із ключових інструментів просування та розвитку ресторанного бізнесу. У сучасних умовах, коли конкуренція між закладами громадського харчування зростає, організація подій стає ефективним способом зміцнити позиції на ринку. Добре організований захід створює позитивне враження, ресторанний заклад асоціюється з якісним сервісом, атмосферою та унікальним досвідом. Це стимулює лояльність клієнтів, які із задоволенням повертаються знову до ресторанного закладу.

У першому розділі кваліфікаційної роботи актуалізовано проблему івент-менеджменту в ресторанному бізнесі. Проведено огляд наукової літератури щодо сутності та змісту поняття «івент-менеджмент». Розглянута класифікація івентів в закладах ресторанного господарства. З'ясовано, що процес івент-менеджменту в закладах ресторанного господарства умовно поділяється на кілька ключових фаз, кожна з яких включає відповідні етапи. Описана покрокова організація івентів у сфері ресторанного господарства.

У другому розділі кваліфікаційної роботи проаналізована загальна характеристика ресторану «Piccolino Trattoria». Встановлено, що ресторан відрізняється від інших ресторанних закладів та має свою неповторну унікальну особливість, наприклад: піч для піци на дровах; коктейльна карта; кальяне меню; в меню є вид страв «Більше вогню», що містить тільки страви приготовані на вогні; відкрита кухня; лобіо в стилі готельної рецепції, де відвідувачів зустрічає хостес; майстер-класи для дорослих і дітей; дизайнерські елементи в декорі, такі як неонові вивіски, диско куля, стіл з підвісними стільчиками-гойдалками тощо. Ресторан «Piccolino Trattoria» для своїх відвідувачів пропонує подарункові сертифікати. В ресторані проводять ділові зустрічі, бізнес ланчі та святкові заходи. Ресторан є частиною мережі сімейних ресторанів італійської кухні, що належить компанії BRG (Best Restaurant Group). Розглянута організаційна структура управління. Основними конкурентами ресторану «Piccolino Trattoria» можуть виступати наступні ресторанні заклади: ресторан «Chili Pizza», ресторан

«Mama in cucina» та ресторан «New-York Street Pizza». Проаналізовано персонал ресторану, який є єдиною командою та прагне якісного обслуговування своїх відвідувачів, а також заробітну плату. Розглянуто SWOT-аналіз, який є ефективним інструментом стратегічного планування та аналіз фінансових показників ресторану «Piccolino Trattoria». Зроблено аналіз івентів ресторану: гастровечори, такі як «Регіональна кухня Лігурії», «Гастрономічна подорож П'ємонто», «Гастрономічна подорож, що охоплює 12 регіонів Італії» або «Чарівний світ Venetto» створюють особливу атмосферу і зацікавлюють відвідувачів. Жива музика (вечір вокалу vs саксофон з гуртом «Delight Duo», музика від DJ Ivan Korn) або «Cocktail Party» під акомпанемент співачки Торія додають емоційності та роблять вечір незабутнім у ресторані «Piccolino Trattoria». Відбуваються також сезонні свята, наприклад, «8 березня у Piccolino 3.0», «Valentine's Day», «Міжнародний день піци», а також дитячі майстер-класи.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи наведені рекомендації щодо удосконалення івент-менеджменту. Одним з напрямів, які спрямовані на удосконалення ресторану «Piccolino Trattoria» є впровадження нового івенту «Італійська гастремафія». «Італійська гастремафія» — це стильний тематичний івент, який об'єднує атмосферу культових італійських фільмів, смачну кухню й інтерактивну гру. Формат події розраховано для невеликої компанії з 20 осіб. Він поєднує гастрономічне задоволення з живим спілкуванням і жартівливою стилізацією під «мафіозний» стиль. Такий формат ідеально підходить для корпоративів, дружніх зустрічей, днів народжень. Прописано покроковий сценарій та таймлайн події «Італійська гастремафія». Прораховано орієнтовний кошторис витрат івенту «Італійська гастремафія» на 20 осіб, а також дохід (24 000 грн), чистий прибуток (9 000 грн) та рентабельність (37,5%). Ціна квитка -1200 грн. Переваги застосування івенту «Італійська гастремафія»: зберігається унікальність заходу (італійська тема, гра в мафію), підвищується рентабельність та можна проводити частіше як регулярну подію. Розписана та прорахована покроковість сценарію позитивно вплине на прибутковість та популярність закладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мисик В.М. Сутність та характеристика івент-менеджменту в системі управління підприємства. [Електронний ресурс]. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/50_1_2020/27.pdf (дата звернення 10.06.2025)
2. Nigam A., Ocasio W. Event attention, environmental sense making, and change in institutional logics: An inductive analysis of the effects of public attention to Clinton's Health Care Reform Initiative. *Organization Science*. 2010. № 21. P. 823–841
3. Івент-технології : навч. посібник / О. М. Радіонова; Харків. нац.ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 168 с.
4. Данько Н. І. Брендинг як напрям вдосконалення рекламної стратегії туристичного готелю / Н. І. Данько // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 2015. - №2. – С. 133-137.
5. Подлепіна П.О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності / П.О. Подлепіна, О.М. Поп // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції.– Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – С. 214-216.
6. Завідна Л. Д. Аналіз, проблеми та перспективи розвитку готельного господарства в Україні / Л. Д. Завідна // Вісник Одеського університету. – 2015. – Т. 20. – №3. – С. 91–95.
7. Володіна М.Р. Event-менеджмент в сфері організації заходів // Молодий вчений. – 2019. - №5. – С. 103-106.
8. Напалкова А.А. Менеджментові дослідження на ринку event-послуг. Event-менеджмент. – 2014. - № 3. – С. 210-226.
9. Алексунін В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. Менеджментові комунікації. Практикум. – М.: Дашков и К, 2018. 196 с.
10. Пархоменко І.І. Британська наукова традиція вивчення івент-менеджменту: основні поняття (Г. Боудін, Х. Пієлічати, Дж. Елз). [Електронний

ресурс]. URL: <http://sociocultural.knukim.edu.ua/article/view/149459/150360> (дата звернення 10.06.2025)

11. Карпюк О.А. Event-менеджмент ресторанного бізнесу України як інструмент маркетингових комунікацій / О.А. Карпюк, А.О. Сингаєвська // Імплементация наукових засад та перспективи досконалої маркетингової діяльності підприємств як ринково-орієнтованої концепції їх розвитку: колект. монографія. Житомир: Вид-во Євенок О.О., 2017. С.331-359.

12. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник: [для вищ. навч. закл.] / За ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – К. Центр учбової літератури, 2011 – 584 с.

13. Сингаєвська А.О., Шніманська В.В. Сучасні event-технології в ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/syngaevska.htm (дата звернення 10.06.2025)

14. Радіонова О. М. Івент-технології : навч. посібник / О. М. Радіонова ; Харків. нац.ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 168 с.

15. Шалева О.І. Застосування інноваційних інтернет-технологій у ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shaleva.htm (дата звернення 10.06.2025)

16. Новікова В.В., Бондар Н.П., Шаран Л.О. Впровадження event-менеджменту в діяльність підприємства готельно-ресторанного господарства. [Електронний ресурс]. URL: <https://surl.lu/ekguko> (дата звернення 10.06.2025)

17. Антонюк Є. Навіщо в гастрокомунікаціях івенти? [Електронний ресурс]. URL: <https://surl.lu/cwggmm> (дата звернення 10.06.2025)

18. Назарчук А. Організація івент-заходів в готельно-ресторанному господарстві. [Електронний ресурс]. URL: <https://surl.lu/rrcyku> (дата звернення 10.06.2025)

19. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Пасічник М.П. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. [Електронний ресурс]. URL: <file:///C:/Users/Uzer/Downloads/1450.pdf> (дата звернення 10.06.2025)

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Банер івенту «Італійська гастромафія»



**ІТАЛІЙСЬКА
ГАСТРОМАФІЯ**

MAFIA

**РЕСТОРАН
PICCOLINO TRATTORIA 3**

19.06.2025

18:30