

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«СИСТЕМА ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТА РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ. (НА ПРИКЛАДІ КАФЕ-БАРУ «ДОМІНО», М. КОСТОПІЛЬ)»**

Студента 4 курсу, 1 групи,
спеціальності 073 «Готельно-
ресторанний менеджмент»
освітньої програми «Готельний і
ресторанний менеджмент»

Антонюка Антона
Олександровича

(підпис студента)

Науковий керівник
д.е.н., проф.

Босовська
Мирослава
Веліксівна

(підпис керівника)

Гарант освітньої програми
к.е.н, доц.

Охріменко
Алла
Григорівна

(підпис гаранта)

Київ 2023

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Готельний і ресторанный менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри
готельно-ресторанного бізнесу
проф. _____ М. Г. Бойко
«__» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

АНТОНЮКУ АНТОНУ ОЛЕКСАНДРОВИЧУ

(прізвище, ім'я, по батькові)

- 1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Система івент-менеджменту суб'єкта ресторанного бізнесу. (на прикладі кафе-бару «ДОМІНО», м. Костопіль)»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2420

- 2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** 02 червня 2023 р.

- 3. Цільова установка та вихідні дані до роботи**

Мета роботи – удосконалення методичних та прикладних засад формування стратегії управління івент-менеджменту кафе-бару «ДОМІНО», м. Костопіль

Об'єктом дослідження є процес дослідження стратегії управління івент-менеджментом кафе-бару «ДОМІНО», м. Костопіль

Предметом дослідження є методичні та прикладні засади формування стратегії управління івентивним менеджментом кафе-бару «ДОМІНО», м. Костопіль

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ КАФЕ-БАРУ «ДОМІНО» М.КОСТОПІЛЬ

- 1.1. Теоретичні засади формування івент-менеджменту в ресторанному бізнесі
- 1.2. Організаційно-економічний аналіз діяльності кафе-бару
- 1.3. Господарське дослідження, аналіз існуючої системи івент-менеджменту

РОЗДІЛ 2. ВЕКТОРИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ КАФЕ-БАРУ «ДОМІНО» М.КОСТОПІЛЬ

- 2.1. Пріоритетність у виборі напрямку розвитку івент-менеджменту кафе-бару
- 2.2. Програми заходів щодо підвищення ефективності діяльності кафе-бару в розрізі івентивного менеджменту

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.11.2022 р. 30.11.2022 р.	01.11.2022 р. 30.11.2022 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	30.11.2022 р.- 25.12.2022 р.	30.11.2022 р.- 25.12.2022 р.
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	25.12.2022 р.- 25.03.2023 р.	25.12.2022 р.- 25.03.2023 р.
4	<i>Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	28.03.2023 р.- 01.04.2023 р.	28.03.2023 р.- 01.04.2023 р.
5	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	04.04.2023 р.- 13.05.2023 р.	04.04.2023 р.- 13.05.2023 р.
8	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	16.05.2023 р.- 20.05.2023 р.	16.05.2023 р.- 20.05.2023 р.
9	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі</i>	03.06.2023 р.	03.06.2023 р.
10	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	23.05.2023 р.	23.05.2023 р.
11	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	24.05.2023 р.- 03.06.2023 р.	24.05.2023 р.- 03.06.2023 р.
12	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	Згідно розкладу	Згідно розкладу

6. Дата видачі завдання «14» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, д.е.н., проф.

(підпис)

М. В. Босовська
(ініціали, прізвище)

8. Гарант освітньої програми к.е.н, доц.

(підпис)

А.Г. Охріменко
(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

(підпис)

А. О. Антонюк
(ініціали, прізвище)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студент Антонюк Антон Олександрович виконав випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно затвердженого календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає усім вимогам. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У випускній роботі розглянуто теоретичні, методичні й практичні засади івент-менеджменту у готельному бізнесі. Проведено дослідження ефективності діяльності кафе-бару, здійснено діагностику івент-заходів та оцінку системи івент-менеджменту . На основі результатів аналітичних досліджень, проведених студентом, обґрунтовано напрями удосконалення процесів івент-менеджменту в досліджуваному підприємстві, розроблено програму заходів , визначено ефективність запропонованих заходів для закладу .

Робота є завершеною самостійною науковою працею, має практичне значення. Рекомендується до захисту в ЕК.

11. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

_____ (прізвище, ініціали)

Гарант освітньої програми: _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри: _____

(підпис, прізвище, ініціали)

«___» _____ 2023 р.

ЗМІСТ

ЗМІСТ.....	5
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1.....	8
ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ КАФЕ-БАРУ «ДОМІНО» М.КОСТОПІЛЬ	8
1.1. Теоретичні засади формування івент-менеджменту в ресторанному бізнесі.....	8
1.2. Організаційно-економічний аналіз діяльності кафе-бару.....	13
1.3 Господарське дослідження, аналіз існуючої системи івент-менеджменту.....	18
РОЗДІЛ 2.....	24
ВЕКТОРИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ КАФЕ-БАРУ «ДОМІНО» М.КОСТОПІЛЬ	24
2.1. Пріоритетність у виборі напрямку розвитку івент-менеджменту кафе-бару.....	24
2.2. Програми заходів щодо підвищення ефективності діяльності кафе-бару в розрізі івентивного менеджменту.....	29
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	40
ДОДАТКИ	42

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

ВСТУП

Актуальність теми. Ресторанний бізнес – один з перспективних видів господарської діяльності в Україні. Політична ситуація в країні, що склалась з початку 2022 року, ненадовго скоротила темпи розвитку цієї галузі. Втім, кафе та ресторани, що орієнтувались на сферу розваг, івентивних технологій, зазнали значого удару по своїй діяльності, у зв'язку з цим, наразі, такі підприємства потребують трансформації звичної для них діяльності.

Повномасштабне вторгнення здійснило глобальний вплив на сферу івент-менеджменту в розрізі ресторанного бізнесу. Наразі споживачі не мають змоги відпочивати у звичний для них спосіб. Цьому заважають, перш за все, моральні принципи поведінки під час воєнного стану, часові обмеження по діяльності підприємств, а також активності суспільства, зведення до нуля використання медіапродукції виробленої в країні-агресорці, заборона на державному рівні у проведенні різного роду діяльності з організації розваг.

Втім, потреба споживачів у дозвіллі на базі підприємств ресторанного господарства не зникла. Левова частка українців має бажання хоча б на невеликий проміжок часу відволіктись від неприємних новин, відпочити у колі друзів, весело організувати своє дозвілля. Тому дійсно, грамотно організована система івентивного менеджменту має право на існування в закладах харчування, навіть не зважаючи на умови сьогодення.

Також, українці не перестають відзначати свої пам'ятні дати в закладах ресторанного бізнесу. Так, приватні івенти стали скромнішими, але наразі замовників цікавлять банкети на невелику кількість осіб, аби зібрати лише друзів, рідних та близьких, дійсно дорогих їм людей.

Дослідженням питань, що пов'язані з розвитком та здійсненням івент менеджменту, займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, такі як: Н.М. Пономарьова, А.Н. Романцов, Г.Л. Тульчинский, П.А. Шагайда, Т.Е. Лохина, А.В. Костін, Ю.А. Бичун, Е.В. Попов, В. Баранчесв, Е. Патрушева, А. Шон, Б. Перрі, П. Нортон, Дж. Там, Дж. Нева та ін. Проте дані питання недостатньо

вивчені, а також, деякою мірою, втратили актуальність і через це потребують додаткових наукових досліджень.

Метою курсової роботи є дослідження системи івент-менеджменту суб'єкту ресторанного бізнесу та обґрунтування шляхів підвищення його ефективності.

Об'єкт дослідження - процес розроблення і реалізації системи івент-менеджменту суб'єкта ресторанного бізнесу.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні засади розроблення і реалізації системи івент-менеджменту кафе-бару «ДОМІНО».

Поставлена мета обумовила наступні **завдання**, що вирішуються у курсовій роботі:

- розглянути складові системи івент менеджменту;
- дослідити планування і організацію івентивних заходів;
- розглянути організаційно-економічну характеристику об'єкта дослідження;
- провести діагностику програм івент менеджменту підприємства;
- оцінити діючу систему івент менеджменту обраного підприємства;
- обґрунтувати методичні рекомендації з огляду на результати наукового дослідження.

Методи дослідження. Вирішенню визначених у курсовій роботі завдань сприяло застосування спеціальних та загальнонаукових методів здійснення економічних досліджень. Серед них: метод групування, порівняння та узагальнення економічних показників; метод системної оцінки; метод теоретичного узагальнення і порівняння; метод аналізу і синтезу; абстрактно-логічний метод.

Інформаційну базу дослідження складають навчальні посібники, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, періодичні видання з теми дослідження, ресурси Internet.

РОЗДІЛ 1.

ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ КАФЕ-БАРУ «ДОМІНО» М.КОСТОПІЛЬ

1.1. Теоретичні засади формування івент-менеджменту в ресторанному бізнесі

Івент-менеджмент, як окрема галузь маркетингової діяльності сформувалась на початку ХХ століття у США. Дослівно, у перекладі з англійської *event-management* означає керувати подією. За більш ніж 120 років, з'явилась достатня кількість літератури, створилось чимало асоціацій, закріплені певні стандарти.

Івент-менеджмент достатньо потужний сегмент економіки, про що свідчать чималі прибутки компаній, що займаються ним. До прикладу, у США прибуток компаній у івент-індустрії перевищує автопромисловість.[1] У країнах Західної Європи івент-менеджмент є відносно новим типом бізнесу (йому практично 25 років), а тому він ще не набув таких глобальних масштабів, як, наприклад, США. Відповідно в Україні івент-менеджмент — є абсолютно новим напрямком. У нашій державі ринок івент-послуг став розвиватись лише з 2005 року.

Роберт Ф. Джані, один з керівників парку розваг Уолта Діснея дав наступне визначення івент-менеджменту: «Event-менеджмент – це практичне застосування менеджменту в області проектування, проведення та організації заходу – це те, що відрізняється від звичайного життя» [2].

На думку Джо Голдблатта, провідного світового спеціаліста в івент-сфері, захід – це унікальний відрізок часу, що проводиться з використанням ритуалів і церемоній для задоволення особливих потреб [3, с. 45].

Кожне з визначень має право на існування, проте кожна людина у слово «захід» вкладає свій сенс. Узагальнюючи висловлення практиків, можна сформулювати наступні визначення.

Івент-менеджмент – сукупність заходів що сприяють комплексному задоволенню розважальних, інформаційних потреб гостей. Напрямок

маркетингової діяльності підприємств в різних сферах бізнесу, зокрема ресторанного.

Івент-захід – багатопланове поняття, він може бути включений в структуру діяльності підприємства не лише як інструмент для просування бренду, залучення нових клієнтів, але і як інструмент комунікації, орієнтований на область емоційних переживань і забезпечує підвищену сприйнятливість аудиторії. [4,5]

З огляду на світові досягнення сфери івент-менеджменту, в Україні цей напрям ще дуже молодий, але з рішучим темпом розвитку.



Рис 1.1 SWOT аналіз івент ринку України

Досліджуючи SWOT аналіз івент-ринку України, можна дійти висновку, що ця сфера потребує кваліфікованих спеціалістів, для її інтенсивного розвитку. Сьогодні велика кількість ВУЗів починає здійснювати підготовку фахівців з цієї сфери. (рис. 1). Навички з організації заходів можуть бути корисними у різних спеціальностях, зокрема: маркетинг, менеджмент, готельно ресторанна справа, зв'язки з громадськістю та інші.

Однак, слід зауважити, що існують і деякі проблеми, які гальмують розвиток івент-менеджменту та івент-ринку України загалом (рис. 2).



Рис 1.2 Проблеми івент менеджменту в Україні

Основна проблема сьогодення в івент-менеджменті – війна, через яку більша частина населення України обмежує себе у розвагах, перебуваючи у стані скорботи. Таким чином організація будь-яких подій в наш час потребує особливої уваги, заходи повинні бути стримані і врівноважені, без зайвого галасу чи надмірного сміху. Вдало організована система івент-менеджменту в ресторанному бізнесі – основна задача спеціалістів цієї сфери.

До складових івент-менеджменту ресторанного бізнесу відносяться ключові елементи, зокрема об'єкти та суб'єкти, цілі, принципи, технологія та результати.

Суб'єкти івент-менеджменту – це безпосередньо відділи, департаменти ресторанних підприємств, відповідальні за проведення в них подій, або ж самостійні суб'єкти господарювання.

Івент-організатори, мають у підпорядкуванні івент-менеджерів, які забезпечують комплексне проведення подій: планування, організація, та контроль.

Проведення івенту – це складний процес, оскільки лише за умови повної злагодженої комунікації всіх підрядників, можна отримати позитивний результат. До переліку основних обов'язків івент-менеджера належить: розуміння вимог та особливостей кожної події, усвідомлення потреб і вимог клієнтів, планування та організування заходів, урахування фінансові й часові обмеження [6, с. 32].

Кінцевою метою івент менеджменту є створення нового, цікавого з банального, задовольнити споживача, наділити його новими враженнями, позитивними емоціями, які створюватимуть бажання повернутися у місце де він їх відчув.

В основу успіху івент-технології покладено ретельне планування та бездоганна організація кожного заходу. Першокласне проведення можна оцінити за ситуаціями, які виникли під час події, або навпаки, наскільки чітко були продумані деталі для виключення форсмажорних обставин.

Поняттю «івент» властиві наступні характеристики: [7]

- цей захід сприймається як виняткова подія;
- позитивне сприйняття спонукає відвідувачів до активності;
- запорука успіху – ретельна організація та сплановане інсценування.

Для заходів типові наступні особливості:

- у організаторів немає права на помилки, всі моменти які відбудуться на заході не піддаються виправленню;
- подія є одноразовою і винятковою, такого більше ніколи не вдасться відтворити з високою точністю;
- результат неможливо зберегти незмінним, всі враження залишаться;
- порівняно з результатом підготовка набагато масштабніша як за витратами часу, так і за витратами коштів.

Отже, підготовка та планування вкрай важливі. Можливості щодо забезпечення контролю та управління заходом, що претендує на те, щоб стати винятковою подією, безпосередньо під час його проведення, досить обмежені - все має бути передбачено та визначено заздалегідь.

Широкий спектр заходів можливо класифікувати за безліччю критеріїв зокрема за характером:

- приватний event (це дні народження, дитячі свята, весілля та ін.);
- event для широкої публіки (дискотеки, караоке вечори, майстер класи, тренінги);
- бізнес event (семінари, симпозиуми, конференції).

Узагальнений варіант класифікації:[8]

Розважальні заходи:

А) Масові: презентації; календарні свята; клубні вечірки; спортивні заходи; концерти; церемонії, майстер класи, ігрові батли, караоке і т.п.

Б) Корпоративні: календарні свята; внутрішні свята, after party.

В) Приватні заходи: весілля; дитячі свята; дні народження; тощо.

Ділові заходи:

А) Власне ділові заходи: виставки; презентації; «круглі столи»; конференції; PR-заходи, зокрема прес-конференції; тощо.

Б) Корпоративні ділові заходи: team - building; тренінги; зустрічі та обіди з діловими партнерами; діловий та інсентив-туризм і т. п.

В) Спонсорінг : підбір заходу для спонсорства.

Отже, різні івенти це різні замовники, виконавці, підрядники, бюджети, цілі, гості. Всіх їх об'єднує мета – позитивне враження учасників, залучення якомога більшої їх чисельності. Тому планування і організація – це ядро, з якого починається будь яка урочистість, і будь які сумнівні компроміси у цих двох процесах категорично неприпустимі.

1.2. Організаційно-економічний аналіз діяльності кафе-бару

Кафе-бар «ДОМІНО» - заклад спрямований на організацію розваг, пропонує страви італійської, японської, грузинської, української кухні. Екстер'єр закладу приваблює гостей яскравим виглядом. Займає один поверх торгового центру, а також має прибудовану літню терасу. Масштабність будівлі дає змогу відвідувачам серйозність та відповідальність підприємства.

Заклад складається із двох залів, один з них з танцювальним майданчиком та літньою терасою. Загальна кількість посадочних місць – 180.

Кафе-бар «ДОМІНО» працює з 11:00 по 22:00 з понеділка по четвер, та з 11:00 по 23:00 з п'ятниці по неділю. Загальну характеристику підприємства ресторанного господарства подано у таблиці 2.1.

Таблиця 1.1

Загальні відомості про кафе-бар «ДОМІНО» [9]

Вихідні дані підприємства	Характеристика
Назва	Кафе-бар «ДОМІНО»
Тип	Кафе-бар – нічний клуб
Адреса	Вул.Грушевського 22
Контактний телефон, факс, електронна пошта	Тел. 0677053535 kino-domino@ukr.net
Форма власності, підпорядкованість	Товариство з обмеженою відповідальністю «КІНО ДОМІНО ГРУП»
Місцезнаходження	М. Костопіль
Дата відкриття, введення в експлуатацію	Грудень 2015 рік
Код ЄДРПОУ	43982381
Штатний розпис	Заг. кількість персоналу: 30 осіб.
Керівник підприємства (П. І. Б.)	Корольов А.Ю.

Способи оплати:

- готівкою;
- пластиковими картками: Visa, Master Card.

Тут можна проводити ділові зустрічі, приємні вечори в компанії близьких друзів, урочисті події.

Інтер'єр кафе бару «ДОМІНО» лаконічний, в ньому використані чорний, коричневий, молочний тони, що створюють атмосферу, яка спонукає до яскравого, приватного відпочинку. Якісні меблі створюють комфорт.

Приміщення кафе-бару «ДОМІНО»: два торговельні зали, зона бару, туалетні кімнати, підсобні приміщення:, мийна столового посуду, виробництво, складське приміщення, адміністративний блок.

Режим роботи у кафе-барі «ДОМІНО» регламентується правилами внутрішнього розпорядку відбувається за бригадним графіком. Працівники кухні працюють у графіку 7/7 (з вівторка по понеділок). Працівники залу мають вільний графік з урахуванням побажань та можливостей (15-18 змін у місяць). Це підвищує відповідальність працівників за виконання виробничого завдання.

Загальна чисельність працівників кафе-бару становить 30 осіб, а саме. Трудовий колектив складають наступні працівники: адміністратор, офіціанти, бармени, кухарі, прибиральниці, директор, мийники посуду, бухгалтер, арт директор, кальянщик.

Директор, головний бухгалтер та адміністратор мають відповідну спеціальну освіту, а також володіють додатковими необхідними програмами.

Кафе-бар «ДОМІНО» має класичну лінійну структуру. Вона передбачає зосередження основних управлінських функцій в одних руках. Усі повноваження є прямими і виходять від вищої ланки управління.



Рис 1.3 Організаційна структура кафе-бару «Доміно»

За організацією роботи офіціантів в кафе-барі «ДОМІНО», заклад має індивідуальну форму обслуговування, що дозволяє повніше задовольнити попит відвідувачів, поліпшити культуру обслуговування, значно підвищити ефективність використання матеріально-технічної бази закладів ресторанного господарства, продуктивність праці його працівників

Кафе-бар «ДОМІНО» здійснює діяльність на принципах повного господарського розрахунку, також самофінансування й самокупності, забезпечує соціальний розвиток та стимулювання працівників в основі за рахунок накопичених засобів, яка несе повну відповідальність у своїй діяльності за результати власної роботи та виконання покладених обов'язків

перед постачальниками та споживачами, перед банками та бюджетом, а також перед працівниками у межах чинного законодавства.

Для того щоб оцінити прибутковість кафе-бару «ДОМІНО» необхідно здійснити аналіз поточної діяльності закладу (фінансової, економічної, маркетингової та збутової) здійснити оцінку ефективності діяльності закладу слід провести аналіз виробничо-господарської діяльності за головними техніко-економічними показниками, тобто динаміки доходів від реалізації продукції, валового прибутку, рівня собівартості продукції, також рентабельності закладу та чистого прибутку.

Проведемо оцінку показників динаміки виробничо-господарської діяльності кафе бару «ДОМІНО» за 2020 -2022 рр.

Таблиця 1.2

Динаміка показників виробничо-господарської діяльності кафе-бару «ДОМІНО» за 2020 -2022 рр.

Показники	2020	2021	2022	A.В.	B.В.		
				2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Чистий дохід, тис.грн	14917	16409	13567	1492	-2842	10,00	-17,32
Собівартість, тис.грн	13239	14162	12389	923	-1773	6,97	-12,52
Валовий прибуток / збиток, тис.грн	1678	2247	1178	569	-1069	33,91	-47,57
Інші операційні доходи, тис.грн	367	567	381	200	-186	54,50	-32,80
Адміністративні витрати, тис.грн	367	389	276	22	-113	5,99	-29,05
Витрати на збут, тис.грн	123	147	99	24	-48	19,51	-32,65
Інші операційні витрати, тис.грн	78	89	56	11	-33	14,10	-37,08
Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток / збиток), тис.грн	1477	2189	1128	712	-1061	48,21	-48,47
Інші доходи, тис.грн	193	345	224	152	-121	78,76	-35,07
Інші витрати, тис.грн	18	21	16	3	-5	16,67	-23,81
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування (прибуток / збиток), тис.грн	1652	2513	1336	861	-1177	52,12	-46,84
Податок на прибуток, тис.грн	297	452	240	155	-212	52,12	-46,84
Чистий фінансовий результат (прибуток / збиток), тис.грн	1355	2061	1096	706	-965	52,12	-46,84

Таблиця 1.3

Показники рентабельності кафе-бару «ДОМІНО» за 2020 -2022 рр.

Показники. %	2020	2021	2022	А.В.		В.В.	
				2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Валова рентабельність операційних витрат	12,7	15,9	9,5	3,2	-6,4	25,2	-40,1
Рентабельність операційної діяльності	10,7	14,8	8,8	4,1	-6,0	38,4	-40,6
Рентабельність звичайної діяльності	11,9	17,0	10,4	5,0	-6,6	42,0	-38,7
Рентабельність підприємства	9,8	13,9	8,5	4,1	-5,4	42,0	-38,7
Чиста рентабельність	9,1	12,6	8,1	3,5	-4,5	38,3	-35,7

Отож, чистий дохід мав позитвну тенденцію у 2020/2021 роках, збільшившись на 10%, з 14917 до 16409 тис.грн. Такі зміни були наслідком суттєвого зменшення обмежень пов'язаних з пандемією. Втім, у 2022 році, у зв'язку з повномасштабним вторгненням, чистий дохід скоротився на 17,3% у порівнянні з попереднім періодом, і склав 13567 тис. грн. У зв'язку з подорожчанням сировини, інфляцією, нестачею ресурсів, дефіцитом деяких товарів суттєво здорожчала собівартість продукції. У 2021 році вона склала 14162 тис.грн, а у 2022, у зв'язку зі скороченням доходу загалом, становила 13567 тис. грн, що на 12% менше ніж у попередньому періоді. Враховуючи показники собівартості, валовий прибуток мав тенденцію до збільшення у 2021 році, (на майже 7% у порівнянні з попереднім роком), а у 2022 році скоротився на 12,52%.

Враховуючи ситуацію, що склалась, було вирішено скоротити адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати на 29,32 та 37% відповідно. Втім, навіть враховуючи такі кроки, фінансовий результат від операційної діяльності, скоротився аж на 48,47% у 2022 році.

Інші доходи та витрати також мали позитивний ріст у 2021 році, у порівнянні з базовим періодом, а у 2022 році скоротились на 35,07 та 23,81 % відповідно.

Таким чином, чистий фінансовий результат, маючи ріст у 2021 році (на 52,12% в порівнянні з базовим періодом), різко скоротився на майже 47% у 2022 році.

За аналогією, валова рентабельність операційних витрат, рентабельність операційної діяльності, рентабельність звичайної діяльності, рентабельність підприємства, маючи тенденцію до зростання у 2021 році (у порівнянні з базовим періодом), різко скоротилась у 2022 році на 40,1; 40,6; 38,7; 38,7 % відповідно.

Чиста рентабельність становила 9,1% у базовому періоді, 12,6% у 2021 році та скоротилась до 8,1 у 2022 році.

Отож, прибутки кафе-бару «Доміно», зменшуються з огляду на політичну ситуацію в країні. Підприємству варто шукати шляхи зменшення собівартості продукції, розробити політику антикризового менеджменту, створювати нові канали збуту та організувати додаткові джерела отримання доходу.

Але все ж варто сказати, що розташування підприємства на Західній Україні, створило додатковий потік нових гостей, які дозволили підприємству триматися на плаву, не стати збитковим, отримувати прибуток та мати пристойну рентабельність у 8,1 %.

1.3 Господарське дослідження, аналіз існуючої системи івент-менеджменту

Кафе-бар «ДОМІНО» можна визнати умовним монополістом на ринку закладів ресторанного господарства з впровадженими івентивними технологіями. Аналізуючи підприємства-конкуренти, навіть важко їх підібрати з огляду на специфіку роботи досліджуваного підприємства.

Таблиця 1.4

Аналіз конкурентів кафе-бару «Доміно»

Найменування закладу	Наявність івентивних технологій	Подовження тривалість роботи	Організація дозвілля	Музичне оформлення	Розважальна програма	Професійні заходи
Гастробар «Чекін»				+		
Кафе-бар «Тераса»	+			+	+	
Кафе-бар «Барви»				+		
Кафе – бар «Орігамі»				+		
Кафе-бар «Кінгдом»	+			+	+	
Ресторан «Кристал»	+		+	+	+	
Кафе-бар «Парі»				+		

В таблиці було наведено заклади- конкуренти, що знаходяться в межах 1км від кафе-бару «Доміно». Провівши аналіз, умовними конкурентами можна визнати кафе-бар «Тераса», ресторан «Кристал» та кафе-бар «Кінгдом». Втім, дані заклади можна охарактеризувати як заклади старого зразка, для них характерний застарілі інтерер та меню, незадовільне обслуговування та погана репутація. Контингент цих закладів – переважно люди з низькою соціальною відповідальністю .

Таким чином, досліджуване підприємство «ДОМІНО», повністю позбавило себе конкуренції, впевнено почуває себе на ринку, стрімко розвивається та користується шаленою популярністю у жителів та гостей міста Костопіль.

Організація, проведення, слідкування за дотриманням технічного завдання всіма підрядниками – завдання арт директора кафе-бару «ДОМІНО».

Івентивні заходи, впроваджені на базі кафе-бару «ДОМІНО» можна розділити на наступні пункти:

- Інформаційні;
- Розважальні;
- Професійні.

У зв'язку з введенням військового стану в країні та повномасштабним вторгненням, більшість впроваджених івент-технологій були призупинені. Це пов'язано, перш за все, із неготовністю споживачів до гучних гулянь, дискотек, караоке і тд. Моральні засади – вище для керівництва закладу аніж прибутки, тому на сьогодні система івент-менеджменту має наступний вигляд.

Таблиця 1.5

Порівняльна таблиця наявних послуг з організації дозвілля на базі кафе-бару «Доміно» за 2021-2022 роки

Найменування заходу	2021	2022	Виручка від реалізації 2021р, тис. грн
Дитячі майстер-класи	+	+	264,2
Майстер-класи	+	+	125,4
Дискотека	+	-	487,8
Караоке	+	-	44,3
Вечори розваг для жінок та чоловіків	+	-	96,7
Оренда ігрової консолі	+	+	18,3
Розваги з ігровими автоматами	+	+	76,2
Перегляд спортивних подій	+	+	11,3
Новорічна програма	+	-	120,0
Організація приватних заходів, корпоративів	+	-	180,3
Змагання серед барменів	+	-	-
Кальянні дегустації	+	-	33,1

Таким чином, через скасування найбільш касових заходів, прибутки підприємства суттєво скоротились.

Детальна характеристика та аналіз кожного виду заходу, організованого на базі кафе бару «ДОМІНО».

Інформаційні:

Щонеділі та за приватними замовленнями у період найменшої кількості потенційних відвідувачів, (з 11.00 по 13.00) проводяться дитячі майстер класи. На дані заходи запрошуються діти з батьками або супроводжувачами. Протягом двох годин шеф кухар, або співвласник підприємства пояснюють дітям принципи приготування страв різноманітних кухонь світу. Майстер клас проходить у головному залі закладу, розміщуючи столи на танцювальному майданчику, таким чином сприяючи комфортній індивідуальній роботі. Під час приготування страв, батьки можуть відпочити у інших залах підприємства або ж бути поруч з дитиною. Кулінарні уроки призначені для гостей від 7 до 13 років. На них діти вже опанували приготування суші, піци, бельгійських вафель та багатьох інших страв. Після дегустації, діти переглядають мультфільм у кінотеатрі, який також є частиною ТОВ «КІНО ДОМІНО ГРУП». Вартість вхідного квитка 300грн.

Рідше, приблизно 1 раз на місяць, в будні дні, організовуються дорослі майстер класи, на яких дорослі гості отримують досвід майстрів своєї справи. Приготування вишуканих страв передбачає показ професійної обробки м'ясної чи рибної сировини, роботу з тістом, детальний опис процесів, що відбувається. На заході панує дружня атмосфера, сприяє цьому супровід легкими алкогольними напоями. Вартість майстер класу – від 400грн/особа.

Розважальні:

Послуги з розваг переважають в системі івент-менеджменту кафе-бару «ДОМІНО». Значна частина прибутку підприємства надходила саме завдяки проведенню заходів, що спрямовані на задоволення потреб споживачів у відпочинку. Зокрема, досліджуване підприємство пропонує:

- Дискотеки;

- Караоке вечори;
- Спеціальні програми для жінок або чоловіків;
- Послуги з оренди ігрової консолі;
- Організація розваг із залученням ігрових атракціонів;
- Перегляди спортивних подій;
- Святкова новорічна програма;
- Організація приватних заходів, корпоративів.

Танцювальні вечори проводились у кафе-барі «ДОМІНО» щоп'ятниці (з 23:00 до 01:00) та щосуботи(з 23:00 до 04:00). У п'ятницю вхід на дискотеку для гостей – вільний, у суботу вартість квитка становила від 100 грн (залежно від тематики вечора, календарних свят). Арт-директор підприємства завжди шукає нові ідеї для гарного відпочинку гостей. До клубу запрошуються діджеї з усієї західної та центральної частини України. На регулярній основі влаштовувались тематичні вечірки присвячені: хеловіну, дню всіх закоханих, ретро вечірки, дискотеки «нульових», вечори української танцювальної музики і тд.

Для гостей котрі люблять поспівати, щонеділі з 20:00 до 01.00 проводились караоке вечори. На вибір відвідувачів наявна сучасна караоке система, яка налічує 50 000 фонограм різних виконавців української та зарубіжної естради. Вартість виконання однієї пісні, становила 40 грн, також була можливість замовити пісню позачергово, така послуга вартувала 200грн.

Під час дискотек було можливим проведення шоу програм за участі танцівниць і танцівників, кожен відвідувач мав шанс стати учасником їхнього виступу. Кожного разу таке дійство супроводжувалось величезною кількістю глядачів, та приводило публіку у стан повного апофеозу.

Для любителів комп'ютерних ігор, в закладі наявна система PlayStation, з найновішими іграми сьогодення. Оренда консолі на годину обійдеться у 70 грн. Якщо ж відеоігри для вас у минулому, тоді кафе-бар «ДОМІНО» пропонує поринути у світ аркадної гри «BigFishGame». Для цього у закладі відведена окрема кімната з двома гральними столами на вибір. Одночасно за двома столами може перебувати до 14 гравців. Гра передбачає ставки, та дозволена особам від

21 року. У кожного є шанс примножити свої ставки, та навіть якщо виграти не вдалось, це справді цікаве проведення часу для осіб які люблять азарт.

Для організації свят у кафе-барі «ДОМІНО» є вся потрібна техніка, а також власний ведучий. Тому заклад з легкістю може організовувати івенти будь-якої складності.

Професійні:

Заклад має місію підтримувати тих, хто прагне стати кращим у різних професіях, що стосуються сфери ресторанного бізнесу. Підвищення навичок власного персоналу повинно стояти на меті у кожного директора. Керівництво кафе-бару «ДОМІНО» з радістю долучається до організації змагань, виставок, тренінгів, які може відвідати будь хто, для кого це цікаво. На базі підприємства відбуваються конкурси-шоу барної справи. Досвідчені майстри змагаються між собою у майстерності приготуванні коктейлів, жонгливання пляшками та радо діляться набутими навичками з новачками.

Також у закладі проводять дегустації кальянів, завдяки яким, гості та кальянні майстри-любители можуть пізнати культуру тютюнових виробів, набути навички з приготування кальянів та спробувати багато різних нових смаків.

Наразі, основне завдання дирекції та арт-директора – розробка нової івент програми для реалізації в період військового стану. Впровадження адаптивних заходів з організації дозвілля – ключ до поступового відновлення доходів та рентабельності закладу. Головне – не створити негативний настрій у мешканців м.Костопіль на нові івент-технології, зберегти довіру людей та з уважністю обирати нові сфери діяльності.

РОЗДІЛ 2.

ВЕКТОРИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ КАФЕ-БАРУ «ДОМІНО» М.КОСТОПІЛЬ

2.1. Пріоритетність у виборі напрямку розвитку івент-менеджменту кафе-бару

Для сфери креативних індустрій, наразі, напрочуд несприятливий час. У 2020 році, на бізнес накладались жорсткі обмеження, пов'язані з пандемією коронавірусу. Якщо у 2021 році, з послабленням карантинних норм, кафе, ресторани, нічні клуби поступово могли відновити свою повноцінну роботу, то з початком 2022 року, ця сфера, як і чимало інших, заморозила свою діяльність.

Закладам, що не перебували у гарячих точках, пощастило більше, з часом, поступово вони відновили свою роботу, але так склалось не з усіма підприємствами.

Втім, більшість закладів, відновила свою роботу в перші місяці війни. Обслуговування їжею та напоями – те до чого звикли українці, і від чого, багатьом важко відмовитись. Паралельно ресторани та кафе надавали допомогу тим, хто цього потребував. Згуртованість надала поштовху працювати за будь-яких обставин, власники бізнесів розуміли про необхідність запуску економіки країни.

За даними співзасновниці Національної ресторанної асоціації України Ольги Насонової, ринок зменшився приблизно на 25% порівняно з лютим 2022 року. У деяких областях падіння ринку становило понад 50% (Харківська, Миколаївська, Запорізька, Луганська області), у Київській, Одеській, Дніпропетровській областях — падіння до 30%. Водночас, у західних областях спостерігається позитивна динаміка. У Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%, у Закарпатській, Чернівецькій, Івано-Франківській областях відмічено зростання приблизно на 20%. [10]

Та якщо з ресторанами та кафе все зрозуміло, то закладам, які пропонували послуги з організації дозвілля практично неможливо відновити їх сьогодні, в повній мірі.

Дискотеки, караоке, нічні розваги – те, що донедавна здавалось таким звичним для аудиторії закладів з застосуванням івент-технологій зараз практично повністю унеможливлене.

Моральні принципи гостей та власників, не дозволяють відновити гучні танці, та інші подібні активності. Ті, хто все ж спробував це зробити, були зірками новинних стрічок, а також отримали осудження від суспільства.

Рефаунд івент-технологій в ресторанному бізнесі – важливе завдання менеджменту сектору організації дозвілля. Для цього потрібно прислухатись до думки гостей, жителів міст.

Потрібно зауважити, що організація дозвілля в закладах формату кафе-бару- нічного клубу в умовах війни може бути небезпечною та неетичною. У воєнний період, безпека та добробут громадян має бути в пріоритеті.

Проте, можна сформулювати кілька загальних рекомендацій, при організації події в нічному клубі в умовах війни:

Безпека: Перед організацією будь-якої події в нічному клубі в умовах війни, обов'язково необхідно забезпечити належний рівень безпеки. Докладно оцінити ризики, пов'язані з воєнним конфліктом, і вжити заходів для захисту гостей від можливих загроз.

Співпраця з військовими та місцевими владами: Перед організацією будь-якої події в нічному клубі в умовах війни, слід провести консультацію з місцевими владами та військовими органами, щоб отримати належні дозволи та дотримуватися правил та обмежень, які можуть бути встановлені через стан війни.

Прихильність гостей: Потрібно врахувати, що в умовах війни настрої та настрої гостей можуть бути депресивними або напруженими. Необхідно розглянути можливість організації подій, спрямованих на підвищення настрою та моральної підтримки, таких як благодійні заходи або вечірки зі спеціальними темами, що допоможуть гостям відволіктися від негативних впливів війни.

Зміна концепції: Варто розглянути організацію тематичних вечірок, які сприяють підтримці моралі та духу гостей. Враховуючи обмеження та ризики

війни, можливо, варто змінити концепцію нічного клубу. Наприклад, можна організувати тематичні вечірки, які сприяють єднанню та розвагам гостей, але не вимагають великих танцювальних майданчиків або гучної музики.

Включення благодійності: Варто розглянути можливість проведення благодійних заходів або збору коштів на підтримку постраждалих від війни. Це може не тільки допомогти в тяжкі часи, але й позитивно вплинути на імідж клубу та привернути більше гостей.

З метою зрозуміти, чи готові мешканці м.Костопіль, до відновлення сфери розваг на базі кафе-бару «Доміно» було проведено опитування, в якому взяло участь 73 респонденти.

В результаті дослідження були отримані наступні дані:

Як ви ставитесь до проведення розважальних заходів на базі кафе-бару "ДОМІНО" в умовах війни?

73 відповіді

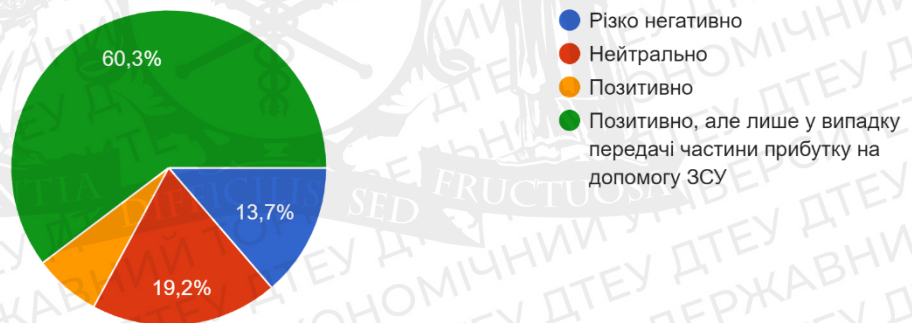


Рис 2.1 Результати проведеного опитування

На питання «Як ви ставитесь до проведення розважальних заходів на базі кафе-бару «Доміно» в умовах війни?», 60,3% опитуваних надало позитивну відповідь, але лише у разі передачі частини коштів на потреби ЗСУ. З огляду на це зрозуміло, що гості все ж не проти організації дозвілля, але для них дуже важливий факт того, що своєю присутністю вони допомагають боротися з агресором. Відповідь «Різно негативно», обрало лише 13,7% респондентів.

Яким чином ви хотіли б провести дозвілля в кафе-барі "ДОМІНО"?

74 відповіді

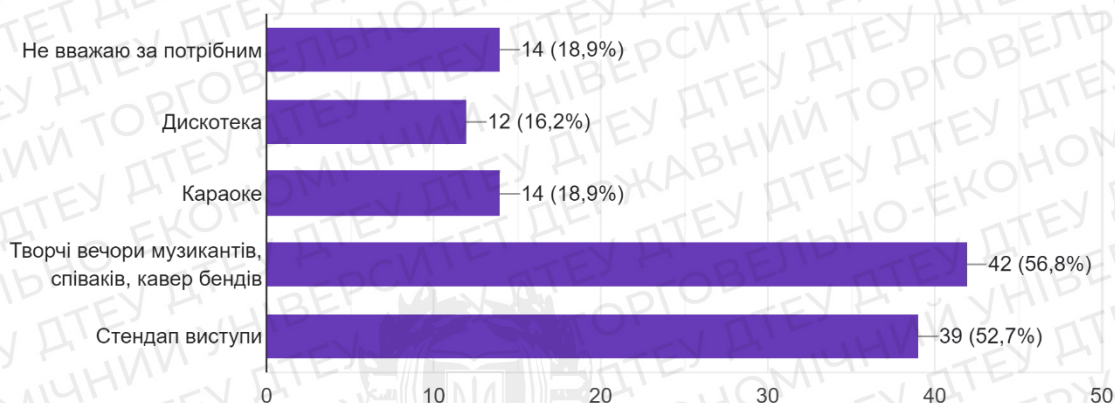


Рис 2.2 Результати проведеного опитування

Класичні варіанти розваг в нічному клубі, все ж сприймаються негативно. До дискотек та караоке – костопільчани точно не готові. Але більша половина респондентів має бажання відвідати творчі вечори музикантів, кавербендів та співаків. Також не мають нічого проти стендап виступів, які наразі дуже популярні.

Чи допускаєте ви перебування у кафе-барі під час комендантської години?

74 відповіді

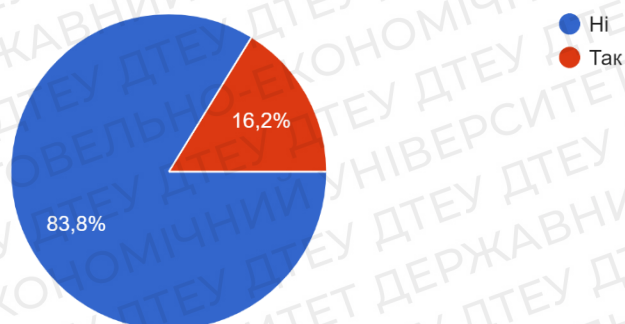


Рис 2.3 Результати проведеного опитування

Цілих 83,8% опитуваних виключають можливість перебування у кафе-барі під час комендантської години. Заклади, які все ж організовували нічні вечірки, були покарані правоохоронними органам, а гостям чоловічої статі – виписували повістки. Ми категорично проти, порушення закону, але завдяки опитуванню впевнились, що наші гості розділяють нашу думку.

Чи підтримуєте ви проведення дитячих тематичних дискотек у денний час?

74 відповіді

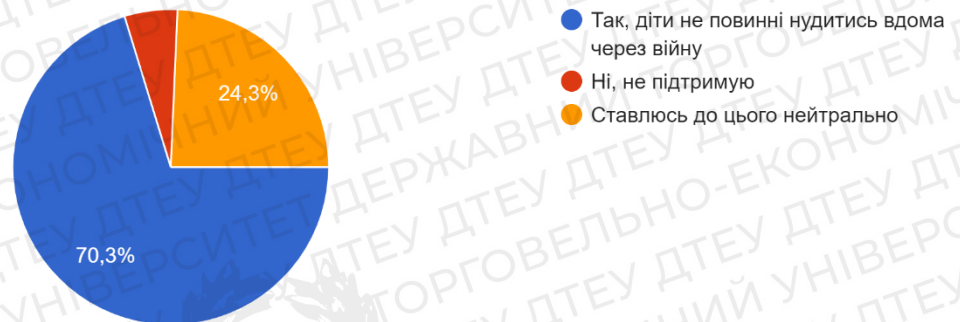


Рис 2.4 Результати проведеного опитування

Що стосується дитячих свят, то більшість або підтримує їх проведення або стивтється до цього нейтрально.

Також, в опитуванні була можливість залишити власну пропозицію, або коментар від респондентів. Зокрема, костопільчани відповідали:

«Доцільними вважаю майстер-класи чи лекції, настільні ігри типу мафії, частину прибутку можна віддавати на ЗСУ. І людям цікаво і користь буде»

«Війна вносить глобальні корективи в наше життя, але з часом всі адаптовуються до певних умов, особливо українці. До дискотек можливо ми, або ж, лише я не готова. Особливо, знаючи, який контингент часто збирається і що «чудить» там, над якими немає контролю»

Думаю більшість не буде свідомо розуміти що це дискотека не така як до 24 лютого, що це трохи інше і як раніше не буде. Щодо тематичних вечорів, степенів - чудова ідея, щоб відпочити і задонатити!»

«Благодійні заходи для потреб ЗСУ та Нацгвардії»

«Проводити різні майстер-класи для дітей та підлітків.»

Отож, загалом, жителі міста позитивно сприймають відродження організації івентів. Власникам бізнесу потрібно лиш обрати правильний напрям руху до активностей, яким надає перевагу цільова аудиторія.

Система івент-менеджменту кафе-бару «Доміно», повинна трансформуватись відповідно до умов сьогодення. Обрані заходи, вечори, активності, повинні бути скромними і вміру шумними. Сконцентруватись варто

на професійних заходах, розвагах у межах перебування за столом, дитячих свят, виступах місцевих та всеукраїнських митців.

Також варто підтримувати українську армію. Втім не потрібно перейти межу і використовувати свої благі наміри як рекламу, та сприяти організації гучних свят, прикриваючись донатами на ЗСУ.

2.2. Програми заходів щодо підвищення ефективності діяльності кафе-бару в розрізі івентивного менеджменту

Проаналізувавши наявну економіко-організаційну структуру кафе-бару «ДОМІНО», впроваджені заходи що стосуються івент-менеджменту, кон'юктуру ринку, а також потреби споживачів, можна дійти висновку, що наразі підприємство успішне в основному завдяки діяльності виключно як закладу громадського харчування, а не як кафе-бару з організацією дозвілля. На сьогодні існує багато методів підвищення економічної ефективності підприємств ресторанного бізнесу у розрізі івент-менеджменту під час воєнного стану. Розглянувши предметно кафе бар «ДОМІНО» , та ситуацію на ринку, нами пропонуються наступні заходи, спрямовані на оптимізацію роботи івент менеджменту, максимізацію прибутку, залучення нових гостей та створення для них комфортного та пізнавального дозвілля.

Таблиця 2.1

Програма заходів з вдосконалення івент-менеджменту кафе-бару «Доміно», м.Костопіль

Найменування заходу	Термін виконання,міс	Відповідальний виконання	за	Оцінка заходу за шкалою 1-10
Організація творчих вечорів живої музики, DJ сетів	1	Арт-директор		10
Організація виступів артистів стендапу	2	Арт-директор		9
Організація проведення настільних ігор	1	Арт-директор		8

Продовження таблиці 2.1

Удосконалення програми дитячих майстер-класів	2	Шеф-кухар	9
Розробка освітніх заходів	3	Арт-директор, шеф-кухар, директор, бармен, кальянный майстер	8
Оновлення караоке бази	6	Арт-директор	7
Створення умов для надання торговельного залу в оренду	1	Директор	8

Розглянемо детальніше кожен захід:

Організація творчих вечорів живої музики, DJ сетів

Відповідно до бажання цільової аудиторії пропонуємо почати організовувати творчі вечори співаків, музикантів та діджеїв. Для цього в кафе-барі «Доміно» є повний асортимент необхідного обладнання (сцена, звук, світло). Наявного асортименту технічного обладнання вистачить навіть для райдеру відомих українських зірок. Пошук та створення домовленостей з артистами – завдання арт-директора кафе-бару «Доміно», також можна проводити опитування у соціальних мережах закладу, кого б хотіли почути гості під час свого відпочинку. Після вибору артиста, необхідно узгодити дату та час проведення концерту, домовитись про спільну рекламацію на інтернет-площадках як артиста, так і кафе-бару.

Такі заходи можуть бути як безкоштовними (при запрошенні не дорогих, місцевих артистів) для заохочення гостей відвідати саме цей заклад, так і з продажем квитків на подію (для сортування аудиторії за смаками, отримання прибутку, можливості запрошувати відомих діячів культури). Також за згодою сторін, можливе проведення таких концертів на благодійних засадах (з метою збору коштів на допомогу постраждалим у війні, ЗСУ і тд.), такі івенти можуть проходити з залученням партнерів на умовах спонсорингу та фандрайзингу. Таким чином захід не матиме на меті отримання прибутку, а відіграватиме роль

іміджевої події, для покращення репутації учасників, а також розголосу про їхню діяльність.

Надважливою умовою на подібних заходах, особливо під час військового стану, є організація належної системи з забезпечення безпеки. Для цього, можна скористатись охоронними послугами на умовах аутсорсингу. Також, у випадку повітряної тривоги, повинно бути укриття (ним слугує підвальне приміщення ТЦ «Пасаж», у якому занходиться кафе-бар).

Організація виступів артистів стендапу

Стендап – захід комедійного характеру, в якому комік виступає перед живою аудиторію, спілкуючись з нею напряду. Наразі такий формат дуже популярний як в онлайні так і в офлайні. Стендапери (так називають артистів цього жанру), переважно жартують про себе, та прості буденні речі, розповідаючи про це так аби змусити глядача сміятись. Такий вид діяльності в умовах війни є дуже актуальним. Похід на стендап-виступ може допомогти відволіктись від буденних проблем, розважитись, побачити себе у жартах коміків, перезавантажитись та налаштуватись на позитив.

Сміх - це корисний та потрібний елемент в житті людини, навіть під час воєнного стану. Для тих, хто не готовий на 100% до такого варіанту проведення вечора, поштовхом може стати умова передачі частини виручених коштів на потреби збройних сил.

Зараз, а більшість програм стендаперів зосереджені на ситуаціях людей під час війни. Важливо зауважити, що жарти не про війну, а про людей та випадки. Це також тримає аудиторії тонусі, і не дає забувати про те, що зараз йде війна.

Стендап – дуже легкий захід з точки зору організації. Тому, запланувувати виступи стендаперів у кафе-барі «Доміно» можна вже за місяць.

Організація проведення настільних ігор

Наразі існує величезна кількість варіантів проведення настільних ігор. Їх асортимент вже давно не обмежується мафією, втім вона все ж залишається найпопулярнішою. Впровадження проведення настільних ігор на базі кафе-бару «Доміно», може бути виражене у різних формах:

- Організація великих турнірів або планових ігор безпосередньо за ініціативи кафе-бару. Таким чином створюється оголошення про подію, проводиться реєстрація учасників. Це може бути платна участь, або на умовах депозиту з особи або столу.

- Надання наборів в оренду для гри окремою компанією за її власним бажанням.

- Формат «антикафе» у чітко визначені часові рамки, де оплата стягується не за фактом споживаної їжі та напоїв, а за тривалість перебування гостей у закладі.

Удосконалення програми дитячих майстер-класів

Завдання шеф-кухаря кафе-бару «Доміно», оновити асортимент страв, що можуть бути приготовані на майстер класах. Також пропонуємо розробити сегментацію за віком учасників майстер класів

- 6-9 років
- 10-13 років
- 14+

Для кожної вікової групи пропонуємо створити індивідуальні концепти страв, з урахуванням кулінарних, фізичних, розумових навичок учасників. Також варто переглянути час проведення з метою його скорочення для молодших учасників. За пропозицією супроводжуючих – залучати їх до процесу приготування разом з дітьми.

Таким чином вдасться збільшити кількість проведених майстер-класів за день, зацікавити дітей та батьків, що вже приймали участь, створити попит у різних вікових групах.

Розробка освітніх заходів

Зазвичай, до цього розділу організації дозвілля в ресторанному бізнесі, не всі доходять при плануванні стратегії івент-менеджменту. Але, в умовах війни, освітні послуги дуже цінні для жителів та гостей міста.

У розрізі кафе-бару «Доміно», освітні заходи можуть бути присвячені таким видам діяльності:

- Дегустації алкогольних напоїв, страв та локальних продуктів
- Майстер-класи з барної справи
- Майстер-класи з приготування кальянів, підвищення кваліфікації кальянних майстрів
- Майстер-класи з приготування страв від шеф-кухаря закладу
- Навчання у сфері музичного мистецтва, аранжування, ді-джеїнгу
- Професійне стажування на виробничих потужностях, в торговельних залах

Оновлення караоке бази

Не найближчим часом, але у близькому майбутньому планується відновлення проведення караоке вечорів. Для цього караоке-база повинна отримати оновлення, що має містити в собі українські пісні:

- Сучасні
- Народні
- Українські хіти від 90х до сьогодні

Також потрібно розробити новий каталог, який буде містити в собі пісні української та європейськими іноземними мовами.

Після здійснення викладених змін, варто переглянути цінову політику у питаннях караоке. На старті перезапуску караоке, можлива організація вечорів на умовах оплати входу на захід, без стягнення коштів за кожну пісню (за винятком пісень позачергою). Таким чином заклад зможе розділити гостей на тих, хто за караоке і проти, уникнувши при цьому конфлікту інтересів, якби відвідування заходу було вільним і загальнодоступним.

Створення умов для надання торговельного залу в оренду

Кафе-бар має велику площу, вдале розташування в центрі міста, аудіо-візуальне технічне забезпечення все те, що може перетворити його на простір для проведення будь-якого заходу. Таким чином, торговельний зал може трансформуватись під запит клієнта. Тому оренда кафе-бару «Доміно», може стати хорошим джерелом доходу у час найменшої активності з боку відвідувачів.

Заклад можна використати під проведення:

- Семінарів
- Симпозиумів
- Конференцій
- Приватних заходів
- Мистецьких виставок
- Тренінгів
- Майстер-класів, тощо

Одним із головних завдань івент-менеджера є охопити якомога більшу аудиторію, створити подію, яка стане цікавою людям різного віку та поглядів. Основним інструментом для цього є просування.

Просування – комплексний інструмент, який влючає в себе:

- РЕКЛАМУ (основні характеристики: широке охоплення аудиторії; дешева в розрахунку; багаторазове повторення; дає змогу підприємству ефективно та наочно представити товар; має безособовий характер
- СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ (основні характеристики стимулювання продажу: інформативність; привабливість; запрошення до купівлі; короткостроковий характер ефекту зростання продажу.)
- ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (основні характеристики: високий ступінь правдоподібності; широке охоплення цільової аудиторії; ефективне представлення товару чи послуги.)
- ОСОБИСТИЙ (ПЕРСОНАЛЬНИЙ) ПРОДАЖ (прямий характер; сприяє встановленню тривалих особистих стосунків; передбачає певну реакцію покупця (замовника); найдорожчий вид комунікації; труднощі та ризики у разі зміни торгового персоналу)
- ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ (Основні характеристики: немасовий (повідомлення адресовано конкретній особі); зорієнтований на споживача (повідомлення може бути змінено під час звернення до конкретної особи); оперативний (повідомлення до конкретної особи може бути складено дуже швидко); оновлюваний (повідомлення можна змінити)

При просуванні івент-послуг варто дотримуватись наступних етапів:

Визначення цільової аудиторії. Означає виявлення потенційних і реальних покупців послуги підприємства та осіб, які користуватимуться ними або впливатимуть на рішення щодо їх купівлі.

Визначення цілей просування. Яку відповідну реакцію хоче отримати підприємство: купівлю чи позитивний імідж.

Вибір повідомлення. У процесі розробки повідомлення вирішують проблеми: що сказати, яка повинна бути структура повідомлення, яким повинно бути оформлення повідомлення тощо.

Вибір засобів поширення інформації. Повідомлення повинно бути передано споживачам вчасно та ефективно.

Складання й розподілення кошторису витрат на просування. Сума грошей залежатиме від стратегій просування, які обирає підприємство. Сума, яку виділяють для кожного елемента комплексу, визначається його відносним значенням.

Вибір засобів впливу. Реклама, стимулювання продажу, зв'язки з громадськістю, персональний продаж.

Формування каналів зворотного зв'язку. Оцінювання комплексу просування з позицій впливу на цільову аудиторію.

Управління єдиним комунікаційним процесом. Потребують створення інтегрованих маркетингових комунікацій.

При створенні стратегії просування, івент менеджеру важливо зрозуміти з якою метою складена стратегія, і на кого розрахована. Також потрібно об'єктивно оцінити поточну ситуацію, провести SWOT аналіз, PEST аналіз, визначити зацікавлені сторони, зовнішню та внутрішню аудиторії.

Важливим також є правильний вибір способу донесення інформації до споживача, метод комунікації.

Врешті, вдало організований план, щодо вдосконалення івент-менеджменту кафе-бару «Доміно» допоможе закладу працювати під час війни, продовжувати дарувати гостям позитивні емоції та пришвидшувати час до перемоги шляхом організованої допомоги ЗСУ.

Таблиця 2.2

**Прогноз показників динаміки виробничо-господарської діяльності
кафе-бару «ДОМІНО» на 2021-2023 рр.**

Показники	2021	2022	2023	А.В.		В.В.	
				2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
Чистий дохід, тис.грн	16409	13567	15789	-2842	2222	-17,32	16,38
Собівартість, тис.грн	14162	12389	14113	-1773	1724	-12,52	13,92
Валовий прибуток / збиток, тис.грн	2247	1178	1676	-1069	498	-47,57	42,28
Інші операційні доходи, тис.грн	567	381	502	-186	121	-32,80	31,76
Адміністративні витрати, тис.грн	389	276	305	-113	29	-29,05	10,51
Витрати на збут, тис.грн	147	99	131	-48	32	-32,65	32,32
Інші операційні витрати, тис.грн	89	56	81	-33	25	-37,08	44,64
Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток / збиток), тис.грн	2189	1128	1661	-1061	533	-48,47	47,25
Інші доходи, тис.грн	345	224	287	-121	63	-35,07	28,13
Інші витрати, тис.грн	21	16	45	-5	29	-23,81	181,25
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування (прибуток / збиток), тис.грн	2513	1336	1903	-1177	567	-46,84	42,44
Податок на прибуток, тис.грн	452	240	343	-212	102	-46,84	42,44
Чистий фінансовий результат (прибуток / збиток), тис.грн	2061	1096	1560	-965	465	-46,84	42,44

Таблиця 2.3

Планові показники рентабельності кафе-бару «ДОМІНО» на 2021 - 2023 рр.

Показники. %	2021	2022	2023	A.В.	B.В.		
				2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
Валова рентабельність операційних витрат	15,9	9,5	11,9	-6,4	2,4	-40,1	24,9
Рентабельність операційної діяльності	14,8	8,8	11,4	-6,0	2,6	-40,6	29,0
Рентабельність звичайної діяльності	17,0	10,4	13,0	-6,6	2,6	-38,7	24,6
Рентабельність підприємства	13,9	8,5	10,6	-5,4	2,1	-38,7	24,6
Чиста рентабельність	12,6	8,1	9,9	-4,5	1,8	-35,7	22,4

Відповідно до даних, наведених в таблицях, впровадження івент-менеджменту у видозміненому вигляді, допоможе покращити фінансові показники кафе-бару «ДОМІНО».

Чистий фінансовий результат планується збільшити на 42,44%, до 1560тис.грн в порівнянні з попереднім періодом. Аналогічно, значний ріст буде присутнім у показниках рентабельності. Чиста рентабельність у 2023р. зросте на 22,4%, до 9,9% (у порівнянні з 2022 р., в якому вона склала 8,1%).

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами дослідження можна зробити наступні висновки:

Визначено, що івент-менеджмент – це система певних менеджерських дій, спрямованих на організацію заходів, для задоволення потреб гостей, з урахуванням їх побажань, смаків, відповідно до вікових груп.

Досліджено класифікацію подій за різними ознаками, зокрема за масштабом, метою, характером, місцем проведення. Доведено, що впровадження івент менеджменту в діяльність суб'єкта ресторанного бізнесу збільшує кількість потенційних відвідувачів, максимізує прибуток, створює розвиток суспільства, організовує сприятливе середовище для кінцевого споживача. Аргументовано доцільність та специфіка впровадження івент технологій в ресторанний бізнес під час воєнного стану.

В роботі детально описана важливість працевлаштування в заклад ресторанного бізнесу івент менеджера, арт директора. Вказано, наскільки робота пов'язана з організацією подій потребує концентрації, вмінь, навичок, персональних якостей, набутих зв'язків з громадськістю. Викладено етапи проведення заходів, можливі ризики, шляхи усунення форс мажорних ситуацій.

На прикладі кафе-бару «ДОМІНО», що входить до складу ТОВ «КІНО ДОМІНО ГРУП», проаналізовано діяльність суб'єкта господарювання, його фінансово – економічні показники. Провівши аналітичну роботу, доведено, що підприємство має нормальну рентабельність, не є збитковим, та продовжує свою роботу навіть під час війни. Кафе-бар «ДОМІНО» розвивається не так швидко, як би міг, проте доходи до початку повномасштабного вторгнення постійно зростали та рівень їх приросту становив 10% в 2021 р., порівняно з 2020 р. та у 2022р. доходи зменшились на 17,32% у порівнянні з попереднім періодом. Теж необхідно звернути увагу на темп інфляції, рівень якої зводить нанівець усі темпи росту прибутків кафе-бару «ДОМІНО».

Провівши дослідження, нами було виявлено, що кафе-бар «ДОМІНО», має потужний потенціал у рамках впровадження івент менеджменту у заклад. Широке різноманіття послуг з розваг серед яких: дискотеки, караоке, гральні

атракції, майстер класи, заходи спрямовані на підвищення професійної майстерності, дає змогу залучити різнопланову публіку. Втім з початком війни, потенціал закладу в розрізі івентивного менеджменту майже не використовувався.

На основі даних, отриманих шляхом проведення анкетування в жителів м.Костопіль, нами було запропоновано впровадити ряд заходів, які б дозволили відновити організацію дозвілля у закладі.

Зокрема нами було запропоновано проведення наступних заходів:

- Організація творчих вечорів живої музики, DJ сетів
- Організація виступів артистів стендапу
- Організація проведення настільних ігор
- Удосконалення програми дитячих майстер-класів
- Розробка освітніх заходів
- Оновлення караоке бази
- Створення умов для надання торгівельного залу в оренду

Запропонували стратегію орієнтації на споживача, проведення активного просування закладу, задля залучення нових постійних гостей закладу.

Отож, кафе-бар «ДОМІНО» має всі можливості для своєї успішної роботи. Підприємство дозволяє максимізувати прибуток за рахунок наявних потужностей і управлінських рішень. Сподіваємось, що надані нами рекомендації будуть позитивно сприйняті керівниками закладу і неодмінно впроваджені в його діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Event-менеджмент — организация мероприятий на высшем уровне [Електронний ресурс] URL: <https://event.ru/trips/na-poroge-novoy-eryi-event-industrii/>
2. Денисенко А. Ю. Event-менеджмент та eventмаркетинг [Електронний ресурс] / А. Ю Денисенко. □ Комерційний директор. □ 2006. □ Режим доступу: <http://www.eventum-premo.ru/event-management-and-eventmarketing>
3. Радіонова О. М. Івент-технологій [конспект лекцій] / О. М. Радіонова. □ ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. □ 68 с.
4. Алексунін В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. Менеджментові комунікації. Практикум. – М.: Дашков и К, 2018. 196 с.
5. Баксанский О.Е. Технологии манипуляции массами: реклама, менеджмент, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М. Ленанд, 2017. 224 с
6. Мисик В. М. Концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2020. Вип. 2(1). С. 29-36. [Електронний ресурс] URL: <https://science.lpnu.ua/smeu-archive/all-volumes-and-issues/volume-2-number-1-2020/conceptual-model-construction-and-usage>
7. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології» (для студентів 2-го курсу денної та заочної форм навчання напрямів підготовки 6.140101 – «Готельно-ресторанна справа», 6.140103 – «Туризм») / О. М. Радіонова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 67 с.
8. Івент-менеджмент : навчальний посібник / Т. Л. Пovalій, Н. Д. Світайло. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 198 с.

9.Відомості про ТОВ «КІНО ДОМІНО ГРУП», офіційний ресурс
YourControl [Електронний ресурс] URL:
https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/43982381/

10. Ресторанний бізнес під час війни: де найбільш інтенсивно
відкриваються нові заклади [Електронний ресурс] URL:
https://24tv.ua/business/restoranniy-biznes-pid-chas-viyni-vidkrittya-restoraniv-ukrayini_n2151721



ДОДАТКИ

Види діяльності за КВЕДАми ТОВ «КІНО ДОМІНО ГРУП»

Основний:

59.14 Демонстрація кінофільмів

Інші:

- 46.49 Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення
- 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля
- 47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах
- 47.65 Роздрібна торгівля іграми та іграшками в спеціалізованих магазинах
- 47.89 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках іншими товарами
- 47.99 Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами
- 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування
- 56.21 Постачання готових страв для подій
- 56.29 Постачання інших готових страв
- 56.30 Обслуговування напоями
- 62.09 Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем
- 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність
- 63.12 Веб-портали
- 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н.в.і.у.
- 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
- 73.11 Рекламні агентства
- 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації
- 74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну

- 77.29 Прокат інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
- 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у.
- 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
- 93.21 Функціонування атракціонів і тематичних парків
- 93.29 Організування інших видів відпочинку та розваг
- 95.29 Ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку

