Державний торговельно-економічний університет
Кафедра менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Студентки 5 курсу, 12з групи, спеціальності 073 «Менеджмент», освітньої програми «Менеджмент туристичного і готельно-ресторанного бізнесу»

_____
підпис студента

Бахмат Анастасії Володимирівни

Науковий керівник к.е.н., доц.

_____
підпис керівника

Ткачук Тетяна Михайлівна

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

_____
підпис гаранта

Ткачук Тетяна Михайлівна

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Бахмат А.В. Івент-менеджмент суб'єкта ресторанного бізнесу.– Рукопис.

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітньою програмою «Менеджмент туристичного і готельно-ресторанного бізнесу». – Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2025.

У роботі було досліджено основні аспекти організації івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед», м. Київ в умовах сучасних викликів: війни, економічної нестабільності та високої конкуренції. Здійснено аналіз методів залучення клієнтів через проведення тематичних заходів, а також оцінку ефективності івент-менеджменту для підвищення конкурентоспроможності закладу.

Ключові слова: івент-менеджмент, ресторанний бізнес, організація заходів, конкурентоспроможність, залучення клієнтів.

ABSTRACT

Bakhmat A.V. Event management of the restaurant business entity.- Manuscript.

Qualification work in the specialty 073 "Management," educational program "Management of Tourism and Hotel and Restaurant Business." – State University of Trade and Economics, Kyiv, 2025.

This work explores the main aspects of organizing event management at the restaurant "100 Years Ahead", Kyiv in the context of current challenges such as war, economic instability, and high competition. The methods of attracting customers through thematic events are analyzed, as well as the effectiveness of event management to increase the competitiveness of the institution is evaluated.

Keywords: event management, restaurant business, event organization, competitiveness, customer attraction.

Державний торговельно-економічний університет

Факультет технологій та бізнесу		Кафедра	менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма Менеджмент туристичного і готельно-ресторанного бізнесу

Затверджую

Зав. кафедри менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

проф. Бойко М.Г.

“__”_____2025 р.

Завдання

на кваліфікаційну роботу студентці

БАХМАТ АНАСТАСІЇ ВОЛОДИМИРІВНІ

(прізвище, ім’я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: Івент-менеджмент ресторану «100 років тому вперед», м. Київ.
2. Затверджена наказом ректора від «25» жовтня 2024 р. № 3592

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 31 січня 2025 року

3. Цільова установка та вихідні дані до кваліфікаційної роботи:

Мета роботи – дослідження методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед», м. Київ.

Об’єкт дослідження – івент-менеджмент ресторану «100 років тому вперед», м. Київ.

Предмет дослідження – методичні та практичні засади івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед», м. Київ.

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

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «100 РОКІВ ТОМУ ВПЕРЕД», М. КИЇВ.

1.1. Аналітичні основи дослідження ресторану «100 років тому вперед», м. Київ.

1.2. Моніторинг івент-менеджменту суб’єкта ресторанного бізнесу

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «100 РОКІВ ТОМУ ВПЕРЕД», М. КИЇВ.

2.1. Заходи щодо удосконалення івент-менеджменту суб’єкта ресторанного бізнесу

2.2. Результативність запропонованих заходів

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів написання кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	*Вибір теми кваліфікаційної роботи*	16.09.2024 р.-20.10.2024 р.	15.10.2024
2	*Оформлення і затвердження завдання на кваліфікаційну роботу*	До 30.10.2024 р.	21.10.2024
3	*Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи*	01.11.2024 р.-23.12.2024 р.	23.12.2024 р.
4	*Попередній захист 1 розділу кваліфікаційної роботи*	23.12.2024 р.- 24.12.2024 р.	23.12.2024 р.
5	*Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи*	06.01.2025 р. -24.01.2025 р.	10.01.2025 р.
8	*Попередній захист кваліфікаційної роботи у комісіях*	27.01.2025	27.01.2025
9	*Подання кваліфікаційної роботи на кафедру*	31.01.2025	31.01.2025
10	*Подання кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування*	05.02.2025	05.02.2025
11	*Підготовка матеріалів кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії*	07.02.2025	07.02.2025
12	*Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії*	Згідно розкладу	Згідно розкладу

6. Дата видачі завдання «_31_» жовтня 2024 р.

7. Керівник кваліфікаційної роботи,

к.е.н, доц. _____ **Тетяна ТКАЧУК**

(підпис) *(ім'я, прізвище)*

8. Гарант освітньої програми,

к.е.н, доц. _____ **Тетяна ТКАЧУК**

(підпис) *(ім'я, прізвище)*

9. Завдання прийняв до виконання

студент-дипломник _____ **Анастасія БАХМАТ**

(підпис) *(ім'я, прізвище)*

10. Відгук керівника кваліфікаційної роботи

Студентка Бахмат А.В. виконала кваліфікаційну роботу у повному обсязі, згідно з виданим завданням та відповідно до затвердженого календарного плану.

У кваліфікаційній роботі студенткою обґрунтовано необхідність організації івент-менеджменту у діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу. Студенткою проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ресторану «100 років тому вперед» у місті Києві та аргументовано особливості організації івент-менеджменту у діяльності досліджуваного об'єкту, здійснено оцінювання результативності та досліджено їх вплив на результативність функціонування підприємства в цілому.

У роботі були запропоновані заходи щодо удосконалення організації івент-менеджменту ресторану, оцінено перспективність та обґрунтовано напрями їх впровадження у діяльності досліджуваного об'єкта.

Кваліфікаційна робота оформлена відповідно до вимог, є кваліфікованою випусковою працею і рекомендується до захисту в ЕК.

Кваліфікаційну роботу студентки Бахмат А.В. перевірено у відповідній системі на предмет дотримання академічної доброчесності (Додаток А).

11. Керівник кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

12. Висновок про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота студентки Бахмат А.В.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми _____ **Тетяна ТКАЧУК**
(підпис) *(ініціали, прізвище)*

Завідувач кафедри _____ **Маргарита БОЙКО**
(підпис) *(ініціали, прізвище)*

«___» _____ 2025 р.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «100 РОКІВ ТОМУ ВПЕРЕД», М. КИЇВ.

1.1. Аналітичні основи дослідження…..…….....……..….10

1.2. Моніторинг івент-менеджменту суб'єкта ресторанного бізнесу……....23

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «100 РОКІВ ТОМУ ВПЕРЕД», М. КИЇВ.

2.1. Заходи щодо удосконалення івент-менеджменту суб'єкта ресторанного бізнесу……29

2.2. Результативність запропонованих заходів……45

ВИСНОВКИ……..49

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ …….51

ДОДАТКИ……..… 53

ВСТУП

Актуальність дослідження. Івент-менеджмент є ключовим інструментом підвищення конкурентоспроможності ресторану в умовах війни, економічних викликів і високої конкуренції. Організація заходів допомагає залучити клієнтів, підвищити лояльність і створити унікальний досвід. Тематика івентів, зокрема культурні та інтерактивні події, дозволяє ресторану адаптуватися до ринкових умов, виділитися серед конкурентів і задовольнити сучасні очікування клієнтів.

Таким чином, вдосконалення підходів до івент-менеджменту сприятиме розвитку ресторану та зміцненню його позицій на ринку.

Аналіз літературних джерел. Теоретичні та практичні аспекти організації івент-менеджменту у ресторанному бізнесі досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці: Д. Гетц, Дж. Голдблатт, У. О'Тул, К. Фердінанд. Питання управління івент-діяльністю в контексті ресторанного бізнесу розглядали українські дослідники І. Антоненко, А. Гаврилюк, Т. Каліта, О. Карпюк, В. Новікова, О. Радіонова. Вагомий внесок у розвиток теорії та практики ресторанного бізнесу зробили науковці ДТЕУ. Зокрема, Ведмідь Н. І. Ткачук ТМ, Расулова А. М, Бовш Л. А. Проте, недостатньо дослідженими залишаються питання комплексної оцінки ефективності івент-менеджменту у преміум-сегменті ресторанного бізнесу та розробки методології оптимізації їх організації з урахуванням сучасних технологічних можливостей [3,10,11,16].

Метою роботи є дослідження методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед», м. Київ.

Завдання дослідження:

— здійснити аналітичні основи досліджуваного суб’єкта ресторанного бізнесу;

- здійснити моніторинг івент-менеджменту суб'єкта ресторанного бізнесу;
- розробити програму заходів щодо удосконалення івент-менеджменту суб'єкта ресторанного бізнесу
- здійснити аналіз результативності запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження – є івент-менеджмент ресторану «100 років тому вперед», м. Київ.

Предмет дослідження – методичні та практичні засади івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед», м. Київ.

Для дослідження теми були використані різноманітні **методи**, а саме аналіз і синтез, метод спостереження, опитування та анкетування, порівняльний аналіз, та метод моделювання.

Практична значущість досліджуваної теми полягає у розробці рекомендацій щодо вдосконалення івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед», які сприятимуть підвищенню його конкурентоспроможності, збільшенню кількості клієнтів, формуванню їхньої лояльності та покращенню іміджу закладу.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є наукові праці, статті, монографії, роботи науковців ДТЕУ та підручники з івент-менеджменту, ресторанного бізнесу та маркетингу, а також офіційні документи і статистичні матеріали, що стосуються діяльності ресторану «100 років тому вперед».

Структура роботи складається з 55 сторінок, у тому числі - вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1.

ДОСЛІДЖЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «100 РОКІВ ТОМУ ВПЕРЕД», М. КИЇВ

1.1. Аналітичні основи дослідження ресторану «100 років тому вперед»

Ресторан «100 років тому вперед» розпочав свою діяльність у 2019 році в Києві. Засновником закладу є відомий український шеф-кухар, ресторатор і телеведучий Євген Клопотенко, який ставить за мету не лише створення закладу громадського харчування, а й здійснення гастрономічної революції, переосмислюючи традиції української кухні.

Основна концепція ресторану полягає у відродженні та популяризації української кухні через сучасний підхід до приготування та подачі страв. Заклад став майданчиком для кулінарних експериментів, де історичні рецепти трансформуються в унікальні гастрономічні творіння, які гармонійно поєднують автентичність і сучасність.

Меню ресторану є його головною родзинкою [1]. Воно унікальне тим, що базується на переосмисленні традиційних українських рецептів із використанням сучасних технік приготування. Страви розроблені на основі сезонних продуктів, які постачаються локальними виробниками. У меню відсутній стандартний поділ на категорії (закуски, основні страви, десерти). Це створено для того, щоб спонукати гостей до експериментів і нового погляду на трапезу.

Деякі з незвичних та популярних страв:

— Борщ із печі, зі сливовим лекваром.

— «Капуста в землі».

— Смажені огірки з куркою.

— Оригінальні десерти, які поєднують традиційні інгредієнти з незвичними комбінаціями.

Аналіз меню досліджуваного ресторану представлено у табл.1.1.

Таблиця 1.1

Аналіз меню ресторану «100 років тому вперед»

Категорія страв	Страва	Естетика та смакові якості	Ціна (грн)	Собівартість страви
Закуски	Збірний паштет (куряча печінка, масляний мус, морква, кагор)	Ніжна текстура, гармонійне поєднання солодких та пікантних нот	225грн	~55
	Закуска з бджіл із медом, соус з ягід та обліпихи	Екзотична подача, хрустка текстура, солодко-кислий смак	185грн	~60
	М’ясо качки, зіньківська ковбаса, поліський мацик	Асорті м’ясних делікатесів, насичений смак, автентична подача	315грн	~135
	Потравка з кроля (кріль, картопля, персик)	Соковите м’ясо кроля з ніжним пюре та фруктовою ноткою	315грн	~80
	Капуста в землі (смажена капуста, гуслянка, аґрус)	Оригінальна подача, поєднання смаженого та кисломолочного смаків з ягідною кислинкою	205грн	~75
Сет меню від шеф-кухаря Євгена Клопотенко	Сет з восьми страв на двох "Пізнавай Україну"	Різноманітність страв, що відображають українську гастрономію, вишукана подача	2100грн	~1000
Перші страви	Борщ із печі, зі сливовим лекваром	Глибокий насичений смак, подача в традиційному стилі	240грн	~100
	Полонина має вуха, хмари очі, туман ніс (бульйон з солонини, картопля, кукурудзяна крупа)	Ароматний бульйон з насиченим смаком, оригінальна назва та подача	230грн	~95
Салати	Салат з дріб'янкою з гольця, картоплею та виноградом	Свіжий салат з ніжною рибою, поєднання солодкого та солоного	275грн	~90
	Печені овочі з нашої городини та димна качка	Ароматні овочі з соковитою качкою, легкий димний присмак	285грн	~110
Основні страви	Ребра із печі в соусі з квасу та материнки, відомі як "Верещака	Соковиті ребра з насиченим соусом, традиційний рецепт у сучасній інтерпретації	525грн	~210
	Яловича вирізка з дріб'янкою зі ставриди та морквяним пюре, відома як "Чомбер на дико"	Ніжна яловичина з рибним акцентом та солодким пюре, вишукана подача	625грн	~330

	Галушки за рецептом полтавським, з м`ясом та вишнями	Пухкі галушки з соковитою начинкою, поєднання м’яса та ягід	335грн	~125
	На людях ілля, а вдома свиня (свиний завиванець, винорад, квасоля Яська)	Соковитий м’ясний рулет з фруктовими та бобовими додатками, оригінальна назва	485грн	~215
	Смажені огірки з куркою (пікниця, курка, огірки)	Незвичне поєднання інгредієнтів, свіжий та пікантний смак	415грн	~190
Десерти	Гамула (яблуневе суфле, бринза, сидр)	Легкий десерт з фруктовими та сирними нотками, ніжна текстура	215грн	~75
	Гречаний (гречаний корж, вишня з чебрецем, олія з ялинки)	Оригінальний десерт з насиченим смаком вишні.	215грн	~85грн

Джерело: систематизовано авторами на основі власного аналізу меню ресторану «100 років тому вперед» (автор: Клопотенко Є.).

Загалом, заклад «100 років тому вперед» має сильні конкурентні позиції завдяки своїй автентичності, ексклюзивності та унікальному підходу до української кухні.

— Поєднання історичних українських страв з авторським підходом робить ресторан впізнаваним.
— Акцент на регіональних продуктах і традиціях додає автентичності.
— Нестандартні страви (бджоли, борщ із лекваром) створюють «ефект вау» і приваблюють гостей.
— Широкий вибір страв для різних смаків, включаючи сучасні та історичні рецепти.

Євген Клопотенко звертає особливу увагу на філософію їжі: кожна страва несе певну історію, яка об’єднує культуру, регіони України, традиції та сучасний гастрономічний підхід. Головною місією закладу є відродження інтересу до національних страв через новаторський підхід до їхнього приготування та подачі. Це дозволяє ресторану створювати унікальний гастрономічний досвід. Меню закладу є результатом глибоких досліджень традиційних українських рецептів, які інтерпретуються в сучасному стилі, зберігаючи при цьому повагу до

автентичності смаку. Це дає змогу ресторану постійно дивувати гостей новими ідеями та рішеннями, перетворюючи звичні страви на витвори мистецтва.

Ресторан також виконує освітню місію, розповідаючи гостям про історію української кухні та культуру харчування. Проведення тематичних заходів, майстер-класів і дегустацій сприяє формуванню глибшого розуміння українських традицій та їхньої актуальності в сучасному світі.

Ресторан «100 років тому вперед» завжди формує нове уявлення про українську кухню. Заклад пропагує ідею, що національні страви можуть бути частиною світової гастрономії, зберігаючи свою ідентичність.

Ресторан «100 років тому вперед» здобув значну популярність серед гурманів і гастрономічних критиків:

- входження до переліку найкращих ресторанів України за версією національних і міжнародних видань;
- активне висвітлення в медіа завдяки новаторському підходу до української кухні;
- схвальні відгуки від іноземних гостей, які відзначають високий рівень страв і сервісу.

Рис.1 Порівняння топ-3 ресторанів України [авторська розробка]

Щодо цільової аудиторії ресторану, можна сказати що заклад «100 років тому вперед» приваблює різноманітну аудиторію, які поділяють цінності закладу,

високий рівень сервісу, якісну їжу та унікальний підхід до організації гастрономічного досвіду. Його клієнти - це переважно люди з середнім і високим рівнем доходу, які шукають унікальні гастрономічні враження та віддають перевагу закладам з особливою концепцією. Ресторан орієнтується як на місцевих жителів, так і на туристів, так туристів не так багато на сьогодні в нашій країні, але вони є. Часто відвідувачами стають представники творчої інтелігенції, підприємці, фахівці в галузі культури та мистецтва, а також іноземці, які цікавляться автентичними національними традиціями в сучасній інтерпретації.

Заклад також приваблює сімейні пари, які цінують затишок і комфорт, та молодь, яка слідкує за трендами та шукає нові гастрономічні відкриття. Завдяки естетичному оформленню інтер'єру та креативній подачі страв ресторан є популярним місцем для святкувань особливих подій, романтичних побачень і дружніх зустрічей.

Особливу увагу ресторан приділяє гостям, які цінують якісне обслуговування та гастрономічні експерименти. Часто його відвідують гурмани, критики та блогери, які шукають нові кулінарні тренди та хочуть першими спробувати нові страви від відомого шеф-кухаря Євгена Клопотенка. Така аудиторія не лише насолоджується стравами, а й активно ділиться враженнями в соціальних мережах, тим самим сприяючи популяризації ресторану.

Таким чином, клієнти ресторану «100 років тому вперед» є вимогливими та освіченими людьми, які цінують культуру, історію та сучасні підходи в кулінарії. Вони прагнуть не просто ситного обіду чи вечері, а емоційного та культурного досвіду, що робить цей заклад привабливим для широкого кола відвідувачів, об'єднаних інтересом до високої кухні та гастрономічних відкриттів.

Івент-менеджмент є ключовим елементом успішної діяльності ресторану «100 років тому вперед» у Києві. Завдяки організації різноманітних заходів, ресторан зміцнює свою позицію на ринку, привертає увагу клієнтів і популяризує сучасну українську кухню. Івенти стають не лише маркетинговим інструментом, а й платформою для створення незабутніх вражень для гостей.

Івент-менеджмент ресторану охоплює широкий спектр активностей, орієнтованих на різні цільові аудиторії, включаючи звані вечори, дегустаційні програми, майстер-класи, благодійні, корпоративні заходи та культурні події [2]. Перелік івентів які проводяться в ресторані «100 років тому вперед» (табл.1.2)

Таблиця 1.2

Заходи ресторану «100 років тому вперед»

Дата	Час	Захід	Опис	Вартість
1 травня	11:00	Майстер-клас з писанкарства,	Оксана Білорус. Техніка воскового розпису писанок 19-го століття.	1250грн
22 травня	19:00	Звана вечеря “Поїмо на дрон”,	6+1 страва, один продукт, один колір, мистецтво, музика. Всі кошти на дрон.,-	За донат
25 квітня	19:00	Вечеря з коктейлями,5 страв + 4 коктейлі.	Використовуються 100% українські продукти.,	2550грн
3 жовтня	18:30	Звана вечеря від Євгена Клопотенка та Brandon Chrostowski,	7 страв. Збір коштів на реконструкцію кухні дитячого госпіталю.,	4950грн

Джерело: систематизовано авторами на основі даних з Instagram ресторану «100 років тому вперед».

Ресторан активно організовує майстер-класи з приготування традиційних українських страв у сучасному виконанні, мастер-класи святкові. Це створює інтерактивний формат взаємодії з гостями, дозволяючи їм не лише скуштувати страви, а й навчитися їх готувати під керівництвом професійних кухарів. Такі заходи популярні серед сімейних пар, груп друзів і навіть корпоративних клієнтів, які використовують їх як частину тімбілдінгових програм.

Команда івент-менеджерів пропонує індивідуальний підхід до кожного замовлення, створюючи атмосферу, що відповідає побажанням клієнтів. Ретельне планування меню, декору та розважальної програми дозволяє зробити кожне свято незабутнім, підкреслюючи статус ресторану як місця для особливих подій.

Ресторан також використовує івент-менеджмент для підтримки благодійних ініціатив і соціальних проєктів. Організація тематичних акцій і благодійних вечорів демонструє соціальну відповідальність закладу, підвищуючи рівень довіри з боку клієнтів. Це сприяє не лише розвитку ресторану, а й покращенню його репутації як суспільно активного та свідомого підприємства.

Важливим аспектом івент-менеджменту є взаємодія зі ЗМІ, блогерами та інфлюенсерами, які беруть участь у заходах і допомагають просувати ресторан у соціальних мережах. Завдяки активній присутності в медіапросторі ресторан утримує увагу аудиторії, підтримує інтерес до своїх подій і стимулює нових відвідувачів до бронювання столиків.

Просування заходів ресторану представлено у (табл.1.3)

Таблиця 1.3

Популярізація заходів ресторану «100 років тому вперед»

Соціальні мережі:	Instagram і Facebook є основними платформами для анонсування івентів, публікації фото- й відеоматеріалів.
Колаборації:	Співпраця з іноземними шеф-кухарями, співпраця з відомими блогерами, кулінарними експертами та культурними діячами для розширення аудиторії.
Електронні розсилки:	Інформація про майбутні події надсилається постійним клієнтам через електронну пошту.
Медіа-підтримка:	Висвітлення подій у локальних та національних ЗМІ.

Джерело: систематизовано авторами на основі власного аналізу.

Івент-менеджмент у ресторані «100 років тому вперед» дозволяє:

- Залучати нових клієнтів і розширювати цільову аудиторію.
- Формувати репутацію ресторану як культурно-гастрономічного осередку.
- Збільшувати доходи за рахунок організації заходів високого рівня.
- Популяризувати українську кухню та сприяти її інноваційному розвитку.

Загалом івент-менеджмент у ресторані «100 років тому вперед» є стратегічно важливим інструментом для залучення гостей і формування лояльної аудиторії. Поєднання гастрономічних традицій з новаторськими підходами до організації подій створює унікальний досвід для клієнтів. Завдяки цьому ресторан не лише зберігає високу конкурентоспроможність, а й виконує роль культурного центру, що популяризує українську кухню та сприяє її розвитку в сучасному світі. Івенти в ресторані поєднують культурну, гастрономічну та маркетингову складові,

створюючи унікальний клієнтський досвід. Це є основою для подальших рекомендацій щодо вдосконалення.

Щодо конкурентоспроможності, можемо сказати, що ресторан «100 років тому вперед» має низку конкурентних переваг, що робить його одним із найуспішніших і найвідоміших закладів на гастрономічній карті столиці. Однією з основних переваг є авторська концепція, що поєднує традиційну українську кухню з інноваційними методами приготування та подачі страв. Ресторан не просто пропонує звичні українські страви, а переосмислює їх, використовуючи сучасні кулінарні техніки, що дозволяє створювати нові смакові комбінації та приваблює як місцевих жителів, так і туристів, які шукають щось нове в українській гастрономії.

Особливу увагу заслуговує шеф-кухар Євген Клопотенко, чия репутація та професіоналізм є значною конкурентною перевагою ресторану. Його ідеї та підхід до української кухні зробили ресторан місцем, яке відвідують не лише через смакові якості страв, але й через імідж, який він створює. Клопотенко є символом інновацій та прогресу в кулінарії, що забезпечує ресторану високий рівень визнання серед гастрономічних критиків і національних та міжнародних гастрономічних подій.

Важливою конкурентною перевагою є інтер’єр ресторану [3] , який гармонійно поєднує сучасні дизайнерські рішення з елементами традиційної української культури. Це створює унікальну атмосферу, яка дозволяє гостям не тільки насолоджуватись смачною їжею, а й відчути атмосферу української спадщини. Дизайн інтер’єру ресторану стає важливим фактором, що сприяє залученню туристів і є значною частиною маркетингової стратегії.

Розташування ресторану також є важливою перевагою, адже він знаходиться в центрі Києва, що робить його зручним як для місцевих жителів, так і для туристів, які відвідують місто. Це також дозволяє ресторану бути частиною культурного життя столиці, привертаючи увагу до себе завдяки своєму унікальному місцю. Завдяки цьому «100 років тому вперед» приваблює

різноманітну аудиторію, від бізнесменів до гастрономічних експертів, а також є популярним серед туристів, які шукають у Києві справжній український смак.

Конкурентний аналіз ресторанів міста Києва представлено (табл 1.4)

Таблиця 1.4

Конкурентний аналіз ресторанів м.Київ

Критерій	**Ресторан «100 років тому вперед»**	**Ресторан «BARVY»**	**Ресторан «Канапа»**	**Ресторан «SHO»**
Місце розташування	Центр Києва, Поділ	Центр Києва, Печерський район	Центр Києва, Андріївський узвіз	Центр Києва, бізнес-район
Рейтинг (Google/TripAdvisor)	4.8 / 4.6	4.6 / 4.5	4.7 / 4.6	4.7 / 4.7
Кухня	Сучасна українська	Авторська українська	Сучасна українська з акцентом на локальних продуктах	Сучасна українська
Середній чек	1200–1900 грн/особа.	1200–2000 грн/особа.	1200–1800 грн/особ	1600–2300 грн/особа
Програма івентів	Майстер-класи, дегустації, благодійні заходи.	Арт-вечори, тематичні події	Дегустації, театральні вечері	Бранчі, кулінарні шоу
Додаткові послуги	Кейтеринг, організація подій	Кейтеринг, виставки мистецтва	Приватні події, дегустації вин	Кейтеринг, бізнес-зустрічі

Джерело: систематизовано авторами на основі аналізу, проведеного з використанням даних сторінок в Instagram, Google та TripAdvisor ресторанів «100 років тому вперед», «BARVY», «Канапа», «SHO».

Для оцінки факторів впливу на конкурентоспроможність ресторану "100 років тому вперед" та організацію івентів в умовах сучасної України в умовах війни, економічної нестабільності та зменшення кількості іноземних туристів ресторан "100 років тому вперед" стикається з викликами, які потребують адаптації. Серед основних факторів впливу – зниження купівельної спроможності населення, інфляція, зміна поведінки споживачів, обмеження роботи через комендантську годину та посилення конкуренції.

Для збереження конкурентоспроможності необхідно орієнтуватися на внутрішнього туриста та місцевих мешканців, впроваджуючи програми

лояльності, доступні комплексні меню й тематичні івенти, що популяризують українську культуру. Важливо забезпечити безпечний простір для гостей, включаючи укриття та денні заходи, адаптовані до воєнних реалій.

Додаткову цінність можуть створити майстер-класи, благодійні акції, інтерактивні івенти з використанням сучасних технологій, а також активна цифровізація – доставка, онлайн-продажі та маркетинг через соцмережі. Особливий акцент варто робити на унікальності концепту ресторану та його ролі в підтримці української ідентичності.

Важливим аспектом є інноваційний підхід ресторану до організації заходів. «100 років тому вперед» не просто пропонує гостям їжу, а створює гастрономічні події, які є важливою частиною стратегії бренду. Івенти не тільки залучають нових відвідувачів, але й дозволяють підтримувати лояльність постійних клієнтів.

Ще однією важливою конкурентною перевагою є орієнтація ресторану на використання локальних інгредієнтів, що не тільки підтримує українських виробників, але й сприяє створенню страв з високоякісних, свіжих продуктів. Цей підхід підкреслює екологічну відповідальність ресторану та дозволяє створювати страви, що відповідають найвищим стандартам якості, зберігаючи при цьому автентичність та оригінальність.

Усі ці фактори разом формують конкурентні переваги ресторану «100 років тому вперед», що дозволяє йому займати лідируючу позицію на ринку київських ресторанів, привертати нових клієнтів та зміцнювати свою репутацію як одного з кращих закладів столиці, де сучасні кулінарні ідеї органічно поєднуються з українськими традиціями.

Ресторан «100 років тому вперед» активно використовує різноманітні маркетингові інструменти для ефективної організації івент-менеджменту, що дозволяє йому залучати нових клієнтів, підтримувати інтерес постійних гостей і зміцнювати свою позицію на ринку. Соціальні мережі, такі як Instagram та Facebook, є основними платформами для анонсування майбутніх подій, публікації фотографій та відеоматеріалів, що дозволяє ресторану створювати візуальний контент, який привертає увагу потенційних гостей. Використання хештегів,

геотегів та взаємодія з підписниками через коментарі і відгуки допомагає залучати нову аудиторію і створювати віртуальну спільноту навколо ресторану.

Для залучення уваги до подій ресторану використовуються також партнерські колаборації з блогерами, кулінарними експертами та впливовими особами. Спільні заходи, де гастрономи, телеведучі чи відомі особистості беруть участь у дегустаціях або майстер-класах, допомагають ресторану розширювати свою аудиторію і підвищувати рівень довіри до бренду. Цей підхід є особливо ефективним у періоди проведення масштабних культурних або гастрономічних подій, коли ресторан може залучити більшу кількість гостей через публічні заходи або онлайн-платформи.

Крім того, ресторан використовує програми лояльності для своїх постійних клієнтів, пропонуючи їм спеціальні бонуси, знижки або персоналізовані запрошення на заходи.

Використання таких маркетингових інструментів дозволяє ресторану «100 років тому вперед» створювати стійку взаємодію з клієнтами, збільшувати інтерес до своїх заходів і, зрештою, зміцнювати свою репутацію як культурно-гастрономічного осередку Києва.

Щодо аналізу проблем і викликів, ресторан «100 років тому вперед», як і будь-який інший успішний заклад на ринку ресторанного бізнесу, стикається з низкою проблем та викликів, які можуть впливати на його розвиток і позицію на ринку. Однією з головних проблем є висока конкуренція в гастрономічному секторі Києва, що змушує ресторан постійно вдосконалювати свою стратегію, пропонуючи інноваційні продукти та послуги для залучення нових клієнтів. Ринок ресторанів у столиці насичений, і більшість відвідувачів вибирають місце не лише за якістю їжі, а й за атмосферою, обслуговуванням та можливістю отримати унікальний досвід. Це означає, що ресторану доводиться постійно підтримувати високий рівень сервісу, не втрачати інтерес до інновацій та регулярно оновлювати своє меню, щоб залишатися конкурентоспроможним.

Однією з проблем, є високі витрати на закупівлю якісних інгредієнтів, особливо в умовах інфляції та нестабільності економіки. Використання локальних

продуктів — важлива конкурентна перевага ресторану, однак ціни на них можуть бути непередбачуваними і зростати, що ставить ресторан у ситуацію, коли йому доводиться або підвищувати ціни на свої страви, або скорочувати витрати в інших напрямках. Це може впливати на задоволеність гостей, особливо якщо ціна не відповідає їхнім очікуванням щодо якості та рівня обслуговування.

Ще однією проблемою, з якою стикається ресторан, є потреба у постійному вдосконаленні персоналу. Високий рівень обслуговування та професіоналізм команди є одними з основних чинників, що визначають успіх ресторану. Тому утримання кваліфікованих працівників є постійним викликом. Ресторан «100 років тому вперед» має великий потік гостей, і для забезпечення високого рівня обслуговування потрібно не лише регулярно навчати співробітників, але й створювати умови для їхнього професійного росту та мотивації. Проблеми з персоналом можуть призвести до зниження якості сервісу та, відповідно, до втрати лояльності клієнтів.

Крім того, ресторан «100 років тому вперед» стикається з викликами, пов'язаними з сезонними коливаннями попиту. У літній період ресторани часто отримують більше відвідувачів завдяки приємній погоді, можливості проводити заходи на відкритому повітрі, в той час як у зимовий сезон спостерігається зниження активності гостей. Це вимагає від ресторану не тільки гнучкої стратегії ціноутворення, але й розвитку нових форматов обслуговування або додаткових послуг, щоб привернути увагу навіть у менш активні періоди.

Не менш важливою є проблема створення та підтримки іміджу ресторану в умовах постійної інформаційної насиченості та присутності в медіапросторі. Публічні скандали, негативні відгуки чи невдалі події можуть швидко поширюватися серед потенційних клієнтів, тому ресторану необхідно вчасно реагувати на будь-які кризові ситуації. Крім того, активна конкуренція з боку інших закладів вимагає постійного контролю за репутацією і іміджем ресторану на всіх платформах.

Усі ці проблеми та виклики ставлять ресторан «100 років тому вперед» перед необхідністю постійної адаптації, інновацій і високої уваги до потреб

клієнтів. Для того, щоб зберігати свою лідерську позицію, ресторану необхідно не лише підтримувати високий рівень сервісу, але й активно реагувати на зміни ринку та інтереси своєї цільової аудиторії, впроваджувати нові маркетингові стратегії та підтримувати комунікацію з гостями на всіх рівнях.

Аналіз фінансово-господарської діяльності ресторану "100 років тому вперед" представлено в табл 1.5.

Таблиця 1.5

Аналіз фінансово-господарської діяльності ресторану

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Темп приросту (2022/2021)	Темп приросту (2023/2022)
Доходи	15 млн грн	8 млн грн	10 млн грн	-46.67%	+25%
Витрати	12 млн грн	7 млн грн	8.5 млн грн	-41.67%	+21.43%
Чистий прибуток	3 млн грн	1 млн грн	1.5 млн грн	-66.67%	+50%
Рентабельність	20%	12.5%	15%	-37.5%	+20%
Структура витрат	40% – сировина 25% – персонал 20% – оренда 15% – маркетинг та інше	Зниження витрат на персонал і маркетинг через економію ресурсів.	Повернення до передвоєнного рівня витрат, але із зменшенням частки маркетингу.	-	-

Джерело: систематизовано авторами на основі фінансових даних ресторану «100 років тому вперед» за 2021–2023 роки.

За результатами таблиці, можна зробити деякі висновки. У 2022 році спостерігалося різке падіння доходів через початок війни. У 2023 році – поступове відновлення завдяки адаптації та залученню локальних клієнтів. Зменшення витрат у 2022 році через скорочення персоналу, мінімізацію закупівель. У 2023 році – поступове збільшення витрат через зростання цін. Також незначне зниження рентабельності через економічну нестабільність та інфляцію, але адаптація витрат дозволила зберегти стабільність роботи ресторану.

З огляду на вищезгадані аспекти, можемо сказати що, ресторан «100 років тому вперед» є яскравим прикладом сучасного закладу, що поєднує гастрономічні традиції з новаторством, підтримує локальних виробників, дотримується

принципів екологічної відповідальності та створює унікальні враження для своїх гостей. Його діяльність демонструє, що гармонійне поєднання культури, кухні та сервісу дозволяє не лише залучати клієнтів, але й формувати довгострокову лояльність аудиторії. Це робить ресторан важливим учасником розвитку української гастрономічної культури та прикладом для інших закладів ресторанного бізнесу.

1.2. Моніторинг івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед».

Ресторан «100 років тому вперед» — це сучасний заклад, який поєднує інноваційні технології та виняткову атмосферу майбутнього з класичними елементами, що нагадують про минуле. Цей заклад вирізняється не лише своїм концептуальним підходом, а й високим рівнем обслуговування та використанням нестандартних рішень в івент-менеджменті. У ньому вдало поєднуються сучасні тенденції гастрономії, передові технології та елементи стилю, що підкреслюють ідею закладу — «100 років тому вперед». Така концепція дозволяє не тільки запропонувати гостям унікальні страви, але й створювати заходи, що поєднують в собі інноваційність та класичні традиції.

Івент-менеджмент у такому закладі відіграє ключову роль, адже організація подій, як внутрішніх, так і зовнішніх, має вплив на репутацію ресторану та на залучення нових клієнтів. Менеджери ресторану здійснюють ретельний моніторинг подій, щоб забезпечити їх бездоганне проведення і максимальну вигоду для закладу. Це включає планування всіх аспектів події, від тематики до декору, від меню до музичної програми.

Менеджери з івент-менеджменту в ресторані мають завдання не тільки забезпечити високий рівень обслуговування, але й створити таку атмосферу, яка б відповідала обраному стилю події. Враховуючи концепцію ресторану, на події тут зазвичай впроваджують елементи новітніх технологій, таких як інтерактивні екрани, лазерні шоу, а також інші мультимедійні елементи, що створюють

унікальний досвід для гостей. Це дозволяє зробити кожен захід неповторним і залучити нову аудиторію, яка шукає нові формати проведення часу.

Ключовим аспектом у моніторингу івент-менеджменту є постійний аналіз потреб і побажань гостей. Ресторан активно використовує різноманітні методи збору зворотного зв'язку, щоб відстежувати ефективність організації подій, а також покращувати їх у майбутньому. Для цього застосовуються анкети, експертні оцінки, опитування, аналіз відгуків у соціальних мережах і на спеціалізованих платформах для ресторанної індустрії.

Для аналізу ефективності івент-заходів у ресторані "100 років тому вперед" ми використали метод експертних оцінок, щоб дізнатися результативність проведення нещодавних івентів. Аналіз проведено в *(табл.1.6)*

Таблиця 1.6

Аналіз ефективності івент-заходів у ресторані "100 років тому вперед"

Критерій	**Результати оцінки**
Кількість заходів на місяць	1–3 події.
Середня відвідуваність	40–70 осіб на захід
Дохід від івентів	10–15% від загального доходу ресторану.
Рівень задоволеності клієнтів	90% відвідувачів позитивно оцінюють досвід.
Позитивні відгуки	Відгуків клієнтів у соцмережах, Google, Instagram та TikTok.
Кількість респондентів	50 осіб (Включає клієнтів, співробітників та керівництво ресторану).
Система оцінювання	Шкала 1–5 (1 — дуже погано, 5 — відмінно)
Метод отримання результатів	Анкетування респондентів після кожного заходу. Аналіз середніх оцінок.

Джерело: систематизовано авторами на основі експертних оцінок респондентів, які брали участь у івент-заходах ресторану «100 років тому вперед» (2023 рік).

Такий підхід дає змогу ресторану вчасно реагувати на зміну смаків та потреб своєї аудиторії, а також адаптувати свої стратегії до нових тенденцій у сфері гастрономії та розваг.

Ще одним важливим аспектом є моніторинг конкурентного середовища. Ресторан «100 років тому вперед» активно відслідковує діяльність інших закладів, що спеціалізуються на організації подій, і вивчає нові тренди в організації подій. Це дозволяє йому впроваджувати новаторські ідеї, вдосконалювати свої послуги і

знаходити нові підходи до залучення клієнтів. Наприклад, ресторан може надавати спеціальні пакети для корпоративних клієнтів або створювати унікальні заходи для приватних осіб, що підвищує лояльність клієнтів і розширює коло постійних відвідувачів.

Спеціальні пакети, які може пропонувати ресторан "100 років тому вперед" представлені в *(табл 1.7)*

Таблиця 1.7

Пакети івентів, який пропонує ресторан "100 років тому вперед"

Категорія	**Пакети**	**Опис**
Корпоративні пакети	Тимбілдинги	Кулінарні майстер-класи, дегустації локальних продуктів, інтерактивні вечері.
	Бізнес-зустрічі та конференції	Оренда залу з технічним обладнанням, кейтерингом, спеціальне бізнес-меню.
	Святкування досягнень компанії	Тематичні вечері, бранчі чи вечірки з ексклюзивним меню.
Приватні заходи.	Дні народження та ювілеї	Тематичне оформлення залу, персоналізоване меню, живі виступи артистів.
	Весілля	Вишукані банкети, послуги декору, унікальне меню з шеф-кухарем.
Унікальні пропозиції	Шеф-стіл	Ексклюзивна вечеря з авторськими стравами, приготованими шеф-кухарем.
	Дегустаційні вечори	Меню з декількох страв, яке змінюється залежно від сезону або тематики.
	Культурні заходи	Вечори з етнічною музикою, літературні зустрічі, презентації локальної культури.
	Пакети для туристів	Дегустація традиційних українських страв із розповідями про їх історію.
Благодійні заходи	Благодійні вечері	Події, під час яких частина виручених коштів спрямовується на благодійність.
Святкові пакети	Свята	Тематичні програми з живою музикою, з тематичним декором і дегустаційними меню.

Джерело: систематизовано авторами на основі аналізу пропозицій ресторану «100 років тому вперед» та даних з офіційних сторінок у соціальних мережах (Instagram, Facebook, 2023 рік).

Інноваційний підхід ресторану «100 років тому вперед» до івент-менеджменту також проявляється в тому, як він поєднує гастрономічну складову з розважальною. Кожен захід тут — це не просто вечеря, а інтерактивний досвід, що охоплює різні аспекти, від вишуканих страв до технологічних інновацій. В ресторані регулярно проводяться звані вечері, майстер-класи з гастрономії, дегустації вин та благодійні заходи, що дозволяють гостям не тільки

насолоджуватися їжею, а й брати активну участь у створенні подій. Це дозволяє ресторану створювати більш глибокий і насичений досвід для своїх відвідувачів.

Постійна оптимізація процесів івент-менеджменту в ресторані передбачає ефективне використання ресурсів і управління часом. Кожен захід має чітко визначений таймінг, що дозволяє ресторану уникати будь-яких затримок або непорозумінь. Це важливо для підтримки високої якості обслуговування, тому що, іноді клієнти ресторану «100 років тому вперед» мають високі вимоги і очікування.

Ресторан «100 років тому вперед» застосовує моніторинг як частину своєї стратегії івент-менеджменту для підтримки високих стандартів якості обслуговування та досягнення маркетингових цілей. Моніторинг охоплює всі етапи організації подій — від підготовки до оцінки результатів і подальшого вдосконалення процесів.

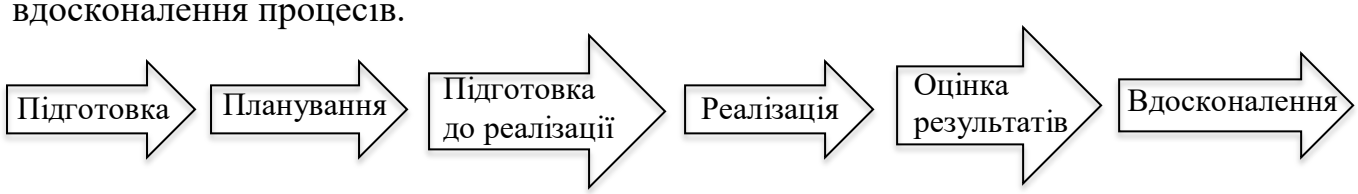


Рис. 2. Схема організації подій ресторану «100 років тому вперед» [авторська розробка].

На етапі підготовки до проведення заходів у ресторані формується концепція події,команда ресторану вивчає потреби клієнтів і розробляє детальний план та бюджет. Важливу роль відіграє збір інформації про очікування клієнтів, аналіз їхніх уподобань та врахування індивідуальних побажань. На наступному етапі, плануванні, обирається дата і час проведення, розробляється сценарій, створюється меню, замовляються додаткові послуги (декор, музика, техніка тощо) та готується маркетингова кампанія, яка охоплює рекламу та запрошення гостей. Особлива увага приділяється створенню атмосфери заходу, яка гармонійно поєднується з концепцією ресторану та його стилістикою.

Під час проведення івентів особливу увагу приділяють якості обслуговування та організації роботи персоналу. Важливим елементом є контроль дотримання графіка, правильного оформлення простору та подачі страв.

Менеджери забезпечують координацію роботи кухні, офіціантів та технічних спеціалістів, що дозволяє уникнути збоїв і гарантувати бездоганний сервіс.

Для збору оперативної інформації використовується система зворотного зв'язку. Співробітники ресторану постійно контактують з гостями, враховуючи їхні побажання під час заходу. Це дозволяє швидко реагувати на непередбачені ситуації та підтримувати високий рівень задоволеності.

Після завершення події здійснюється оцінка її результатів: збираються відгуки гостей і персоналу, аналізуються фінансові показники (витрати та доходи). Завершальним етапом є вдосконалення процесу, що включає аналіз сильних і слабких сторін організації, внесення змін у планування та реалізацію подій, а також розробку нових ідей для майбутніх заходів. Такий системний підхід дозволяє забезпечити високу якість організації подій та їх ефективність.

Також важливим є аналіз конкурентного середовища. Досліджуються пропозиції інших ресторанів, ціни, рівень сервісу та види заходів, що дозволяє ресторану «100 років тому вперед» утримувати лідерські позиції на ринку завдяки унікальним форматам подій.

Конкурентоспроможний аналіз івент-заходів ресторанів представлено у (*табл 1.8*).

Отримані результати моніторингу стають основою для вдосконалення стратегії розвитку ресторану. Вони дозволяють своєчасно оновлювати меню, змінювати формати подій та розширювати спектр послуг. Наприклад, аналіз популярності тематичних вечорів або кулінарних майстер-класів може стимулювати створення нових івентів, що відповідають запитам аудиторії. Також моніторинг сприяє вдосконаленню роботи персоналу, адже виявлені недоліки стають основою для проведення тренінгів та підвищення кваліфікації працівників.

Івент-система ресторану "100 років тому вперед" також має кілька проблемних аспектів, які можуть обмежувати ефективність івентів. По-перше, в умовах війни та економічної нестабільності зменшилася кількість відвідувачів, зокрема іноземних туристів, що вплинуло на попит на заходи. По-друге,

обмеженість паркувальних місць та доступності для відвідувачів може створювати дискомфорт для гостей, особливо під час великих подій.

Таблиця 1.8

Аналіз івент-заходів ресторанів-конкурентів м.Київ

Категорія	**«100 років тому вперед»**	**«Канапа»**	**«SHO»**	**«BARVY»**
Види заходів	Корпоративи, дегустації, мастер-класи, тематичні вечори, благодійні заходи.	Бізнес-ланчі, дегустації, тематичні та благодійні заходи.	Презентації, корпоративи, сімейні свята, бранчі.	Корпоративи, презентації, дегустації, мистецькі вечори.
Спеціалізація	Локальна кухня, тематичні заходи з історичним акцентом.	Сучасні українські страви, культурні події.	Сучасна кухня з акцентом на якість продуктів.	Поєднання кулінарії та мистецтва, етнічні події.
Технічна підтримка	Можливість організації концертів, презентацій.	Професійне обладнання для невеликих заходів.	Сучасна техніка для бізнес-заходів.	Аудіовізуальне обладнання, підтримка арт-програм.
Унікальність	Акцент на історії та локальній культурі.	Затишок і сучасний підхід до традицій.	Мінімалістичний стиль, сучасний формат.	Етнічні елементи, мистецькі акценти в заходах.
Відгуки	Високі оцінки (4.8/5), відзначають унікальність атмосфери й кухні.	Високі оцінки (4.6/5), відзначають сервіс і атмосферу.	Високі оцінки (4.7/5), акцент на якість кухні.	Високі оцінки (4.8/5), відзначають автентичність заходів.
Ціни	Середній чек: 1200–1900 грн/особа.	Середній чек: 1200–1800 грн/особа.	Середній чек: 1600–2300 грн/особа.	Середній чек: 1200–2000 грн/особа.

Джерело: систематизовано авторами на основі відкритих даних про діяльність ресторанів-конкурентів м. Київ (соцмережі, офіційні сайти, відгуки клієнтів).

Важливим аспектом є відсутність чіткої системи збору відгуків після подій та аналізу їхньої ефективності, що обмежує можливості вдосконалення організації. Унікальні концепції заходів, хоча й приваблюють певну аудиторію, можуть не завжди відповідати потребам більш широкої клієнтської бази, що звужує сегмент відвідувачів.

Таким чином, ці проблеми потребують вирішення через модернізацію процесів, активніше маркетингове просування, розширення технічних можливостей та адаптацію заходів до потреб різних категорій клієнтів.

Успіх ресторану також залежить від вміння адаптуватися до змін у ринку та змінюваних вимог відвідувачів. Івент-менеджмент ресторана «100 років тому

вперед» зосереджений на вивченні нових трендів, що дозволяє реагувати на потреби цільової аудиторії та пропонувати актуальні та цікаві заходи. Важливим є й аналіз конкурентного середовища, що допомагає ресторану розуміти, які аспекти організації подій є найбільш привабливими для потенційних гостей.

В цілому, ресторан «100 років тому вперед» є яскравим прикладом того, як сучасний івент-менеджмент може бути ефективно впроваджений у ресторанний бізнес. За рахунок інноваційних рішень та постійного моніторингу попиту, ресторан забезпечує не тільки високий рівень гастрономії, а й незабутні враження для своїх гостей.

РОЗДІЛ 2

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «100 РОКІВ ТОМУ ВПЕРЕД», М. КИЇВ

2.1. Заходи щодо удосконалення івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед».

Ресторан «100 років тому вперед», що розташований у Києві, є унікальним закладом, який поєднує в собі елементи традиційної української кухні з інноваційним підходом до ресторанного бізнесу та організації заходів. Заходи щодо удосконалення івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед» у Києві можуть включати цілу низку стратегій, орієнтованих на підвищення ефективності організації заходів, поліпшення обслуговування та залучення нових клієнтів. Завдяки своїй унікальній концепції, ресторан може організовувати цікаві тематичні вечори, гастрономічні заходи та культурні події, що залучають різні категорії відвідувачів і підвищують впізнаваність бренду. Для удосконалення івент-менеджменту цього ресторану можна запропонувати низку ефективних кроків, які дозволять покращити організацію подій, залучити нових клієнтів і підвищити загальний рівень обслуговування.

По-перше, необхідно розширити асортимент заходів, що пропонуються рестораном. Тематичні вечори, звані вечері, благодійні заходи, гастрономічні фестивалі, дегустаційні сесії, кулінарні та святкові майстер-класи, музичні концерти — все це сприятиме створенню унікальної атмосфери і привабить нових відвідувачів. Особливо важливим є проведення подій, що підкреслюють концепцію закладу. Наприклад, вечори в стилі певних історичних епох або свята, присвячені традиційним українським стравам, можуть гармонійно вписатися в ідею ресторану та створити унікальні враження для гостей.

Приклади таких заходів представлені в *(табл 1.9)*

Таблиця 1.9

Заходи, які підкреслюють концепцію ресторану «100 років тому вперед»

Назва заходу	Опис	Очікуваний ефект
Вечір української кухні	Приготування автентичних страв перед гостями з інтерактивними розповідями про кулінарні традиції України.	Популяризація української культури та інтерактивний досвід.
Тематичний вечір у стилі 1920-х років	Вечір із живою музикою, тематичними костюмами, ретро-стравами та атмосферою 1920-х років.	Створення унікального досвіду та залучення нових клієнтів.
Гастрономічні тури регіонами України	Презентація кухні окремого регіону кожного місяця з традиційними стравами та напоями.	Підвищення інтересу до української кухні та залучення постійних гостей.
Арт-вечори з живописом і дегустацією вин	Поєднання творчості з гастрономією: майстер-класи з живопису та дегустація вин.	Залучення творчої аудиторії та популяризація українських вин.
Святкові бранчі з живою музикою	Бранчі з виступами музикантів або артистів у святковій атмосфері.	Підвищення лояльності клієнтів через незабутній досвід.
Благодійні аукціони	Проведення аукціонів, де частина виручених коштів направляється на підтримку ЗСУ.	Підвищення соціальної відповідальності та залучення патріотичних клієнтів.

Джерело: систематизовано авторами на основі аналізу концепції ресторану «100 років тому вперед».

По-друге, важливим напрямком є розвиток корпоративних заходів. Ресторан повинен позиціонувати себе як ідеальне місце для проведення ділових зустрічей та корпоративних та приватних заходів. Для цього необхідно обладнати спеціальні зали технікою — проекторами, екранами, звуковими системами та системами освітлення. Гнучкі пропозиції з організації харчування та сервісу дозволять задовольнити потреби навіть найвибагливіших клієнтів.

Ще одним важливим аспектом є впровадження сучасних технологій для підтримки івент-менеджменту. Впровадження мобільних додатків для бронювання квитків та столиків, інтерактивних екранів для демонстрації анонсів подій, а також мобільних додатків або CRM-систем для збору інформації про клієнтів допоможе створювати персоналізовані пропозиції. Ці технології також полегшать процес управління заходами та покращать комунікацію з клієнтами.

Удосконалення івент-менеджменту ресторану "100 років тому вперед" у місті Київ є стратегічно важливим кроком для підвищення його конкурентоспроможності та привабливості на ринку ресторанних послуг. У сучасних умовах ресторанний бізнес не обмежується лише якістю страв і

обслуговуванням — успіх також залежить від здатності створювати унікальні події та враження для клієнтів. З огляду на це, удосконалення івент-менеджменту має включати широкий спектр заходів, спрямованих на покращення організації, маркетингу та технічної підтримки подій. Ось декілька з них:

1. Розширення спектра заходів і тематичних вечорів.

Розширення спектра заходів і тематичних вечорів у ресторані «100 років тому вперед» є важливим кроком для посилення його конкурентоспроможності та залучення різноманітної аудиторії. Такий підхід допоможе закладу вийти за межі стандартного формату обслуговування та створити унікальний простір для культурного, гастрономічного й соціального життя.

Організація тематичних вечорів стане ключовим елементом у створенні нових вражень для гостей. Унікальність ресторану дозволяє розробляти вечори, що відображають українські традиції в сучасному контексті. Наприклад, можна створити вечори, присвячені регіональним кухням України, таким як гуцульська, полтавська чи одеська гастрономія. Гості зможуть не лише скуштувати автентичні страви, але й дізнатися про історію та традиції їхнього приготування. Усе це супроводжуватиметься тематичною музикою, автентичним декором і культурною програмою, що дозволить відвідувачам повністю зануритися в атмосферу.

Крім того, ресторан може пропонувати сучасні гастрономічні вечори з акцентом на інноваційні підходи до української кухні. Наприклад, дегустаційні меню від шеф-кухаря Євгена Клопотенка, які розкриватимуть смакові можливості локальних продуктів через поєднання новаторських технік приготування. Такі події привернуть увагу гурманів, які цінують незвичайний підхід до звичних інгредієнтів.

Соціокультурна складова може бути інтегрована через співпрацю з українськими митцями, музикантами та культурними діячами. Організація літературних вечорів, камерних концертів або виставок сучасного мистецтва дозволить ресторану стати не лише гастрономічним, а й культурним центром. Такі заходи сприятимуть залученню творчої аудиторії, яка цінує поєднання кулінарії та мистецтва.

Ресторан також може розширювати спектр своїх заходів через кулінарні майстер-класи, на яких гості зможуть навчитися готувати страви української кухні за авторськими рецептами Євгена Клопотенка. Це дозволить відвідувачам отримати не лише гастрономічний досвід, а й практичні навички, які вони зможуть застосувати у власному житті.

Сезонні заходи, такі як святкування традиційних українських свят, також можуть стати важливою частиною програми. Наприклад, під час Різдва можна організувати вечерю з 12 традиційними стравами, на Масляну — спеціальні дні млинців із локальними продуктами, а на Великдень організувати мастер-клас по розпису писанок. Це підкреслить зв’язок ресторану з українськими традиціями та додасть йому унікальності на ринку.

Окрім тематичних заходів, ресторан може залучати бізнес-аудиторію через організацію конференцій, ділових сніданків і семінарів. Спеціально обладнані простори, зручні для проведення таких подій, стануть додатковою перевагою.

Таким чином, розширення спектра заходів і тематичних вечорів ресторану «100 років тому вперед» сприятиме не лише збільшенню кількості гостей, а й зміцненню його репутації як місця, де традиції й сучасність гармонійно поєднуються. Це дозволить закладу залишатися унікальним і привабливим для широкої аудиторії, включаючи як місцевих жителів, так і туристів.

2. Застосування сучасних маркетингових стратегій.

Ресторан «100 років тому вперед», що знаходиться в Києві, є унікальним закладом, який гармонійно поєднує українські кулінарні традиції із сучасними гастрономічними підходами. Заснований відомим шеф-кухарем Євгеном Клопотенком, ресторан має на меті відродити інтерес до української кухні, демонструючи її багатогранність і інноваційний потенціал. Використовуючи локальні продукти, креативні техніки приготування і незвичайні поєднання смаків, ресторан пропонує гостям не лише їжу, а й емоційний досвід. Успіх закладу значною мірою залежить від застосування сучасних маркетингових стратегій, які дозволяють зміцнити його позиції на ринку, привернути увагу до унікальних пропозицій і розширити аудиторію.

Одна з ключових маркетингових стратегій ресторану полягає у створенні сильного бренду, який асоціюється з високоякісною українською кухнею, автентичністю та інноваціями. Для досягнення цієї мети ресторан активно використовує цифровий маркетинг, зокрема соціальні мережі, які є ефективним каналом для комунікації з аудиторією. Сторінки ресторану в Instagram, Facebook та інших платформах активно демонструють унікальні страви, процес їх приготування, тематичні заходи та досягнення команди. Особлива увага приділяється візуальному контенту: професійні фото і відео створюють сильне перше враження і стимулюють відвідувачів завітати до ресторану [4].

Іншою важливою маркетинговою стратегією є застосування інфлюенсер-маркетингу. Ресторан «100 років тому вперед» співпрацює з популярними блогерами, фуд-експертами та медійними особами, які діляться своїми враженнями про заклад із великою аудиторією. Такі рекомендації мають високу довіру серед споживачів і сприяють збільшенню кількості відвідувачів.

Окрім цього, ресторан та сам Євген Клопотенко приділяє увагу контент-маркетингу, створюючи статті, відео reels чи tiktok на теми української кухні, історії локальних продуктів і сучасних кулінарних трендів. Такий підхід не лише підвищує впізнаваність бренду, а й формує його як експерта у сфері гастрономії, що приваблює широку аудиторію.

Проведення тематичних заходів і майстер-класів також є частиною маркетингової стратегії. Це створює можливість для клієнтів взаємодіяти з брендом на глибшому рівні, отримуючи емоційний досвід і знання. Такі події, як майстер-класи від Євгена Клопотенка чи гастрономічні вечори, присвячені українським регіональним кухням, формують додаткову цінність для клієнтів.

Ресторан також активно використовує зовнішні PR-кампанії, співпрацюючи зі ЗМІ для висвітлення діяльності закладу, його інновацій та участі в культурних чи соціальних проектах. Публікації у відомих виданнях чи поява ресторану у телевізійних програмах створюють довіру та зміцнюють репутацію закладу.

Сучасні технології також відіграють важливу роль у маркетинговій стратегії ресторану. Наприклад, використання CRM-системи (Система управління

взаємовідносинами з клієнтами) дозволяє збирати дані про вподобання клієнтів, їхні звички та частоту відвідувань. Це дає можливість персоналізувати пропозиції, надсилати індивідуальні запрошення на заходи чи спеціальні акції.

Ще одним важливим елементом маркетингової стратегії є акцент на соціальну відповідальність. Ресторан бере участь у благодійних ініціативах, організовує екологічні проекти та підтримує місцевих виробників. Це не лише підкреслює позитивний імідж закладу, а й привертає увагу свідомої аудиторії, яка цінує відповідальне ставлення до суспільства.

Таким чином, застосування сучасних маркетингових стратегій дозволяє ресторану «100 років тому вперед» утримувати позиції лідера серед гастрономічних закладів Києва. Завдяки поєднанню цифрових технологій, персоналізованого підходу до клієнтів і акценту на культурних та соціальних цінностях ресторан ефективно розвивається, залучаючи нових відвідувачів і зміцнюючи зв’язок із постійними гостями.

3. Програми лояльності.

Щоб забезпечити високий рівень відвідуваності та створити міцні зв’язки з клієнтами, ресторан активно розробляє і впроваджує ефективні програми лояльності.

Програми лояльності є одним із ключових інструментів ресторану для утримання постійних клієнтів і стимулювання їх до частіших візитів. Основною метою цих програм є створення додаткової цінності для гостей, що сприяє формуванню позитивного іміджу закладу та підвищенню його конкурентоспроможності.

Одна з головних ініціатив ресторану – впровадження бонусної системи, яка дозволяє гостям накопичувати бали за кожне замовлення. Ці бали можна використовувати для отримання знижок або подарунків, таких як безкоштовні страви чи напої. Наприклад, клієнт, який часто замовляє в ресторані, може накопичити достатньо балів для участі в закритих дегустаціях або ексклюзивних заходах, що організовує ресторан. Такий підхід не лише заохочує до повторних візитів, а й створює відчуття приналежності до спільноти прихильників закладу.

Ресторан «100 років тому вперед» також організовує спеціальні акції для своїх постійних гостей. Наприклад, програма «День народження в ресторані» передбачає безкоштовний десерт або келих вина для іменинника, що робить святкування ще більш особливим. Крім того, ресторан часто проводить сезонні акції, де постійні гості можуть першими дізнатися про новинки меню або отримати доступ до спеціальних пропозицій.

Цікавою ініціативою є впровадження клубної карти для постійних клієнтів. Така карта може давати не лише знижки, але й доступ до закритих заходів, майстер-класів, дегустацій та інших ексклюзивних подій. Наприклад, гості з клубними картами можуть брати участь у кулінарних майстер-класах від Євгена Клопотенка або бути запрошеними на спеціальні вечері, де шеф-кухар представляє нові страви.

Ресторан також використовує сучасні цифрові інструменти для покращення взаємодії з клієнтами. Мобільний додаток або онлайн-платформа можуть стати ефективним способом управління програмами лояльності. Гості можуть реєструватися, відстежувати свої бонуси, дізнаватися про нові акції та брати участь у розіграшах прямо зі своїх смартфонів. Це не лише полегшує комунікацію з клієнтами, а й робить програми лояльності більш доступними та зручними.

Програми лояльності ресторану «100 років тому вперед» орієнтовані на створення емоційного зв’язку з клієнтами, підвищення їхньої задоволеності та формування довгострокових стосунків. Завдяки креативному підходу, використанню сучасних технологій і персоналізації взаємодії, заклад успішно утримує своїх гостей і зміцнює позиції як одного з найкращих ресторанів Києва.

4. Покращення сервісу через навчання персоналу.

Засновник ресторану «100 років тому вперед» Євген Клопотенко, прагне не лише переосмислити традиційні українські рецепти, а й створити атмосферу, де кожен відвідувач відчуває комфорт і особливе ставлення. Для підтримання високого рівня обслуговування і вдосконалення роботи команди [5], ресторан приділяє особливу увагу навчанню персоналу.

Одним із основних підходів до покращення сервісу є регулярні тренінги для співробітників. Команда ресторану проходить навчання з різних аспектів обслуговування, включаючи мистецтво комунікації, розуміння потреб клієнтів, етикет і управління складними ситуаціями. Це дозволяє персоналу не лише вдосконалювати свої навички, а й почуватися впевнено в будь-яких обставинах, забезпечуючи гостям незабутній досвід.

Особливу увагу ресторан приділяє навчанню співробітників у сфері гастрономії. Кожен член команди, від офіціантів до адміністраторів, має глибоке розуміння меню, процесу приготування страв та їхньої презентації. Це дозволяє персоналу не просто приймати замовлення, а й надавати гостям детальну інформацію про кожну страву, рекомендувати відповідні поєднання або напої, а також розповідати історії, пов’язані з кулінарними традиціями, які надихнули на створення меню. Такий підхід створює більш персоналізований і приємний досвід для відвідувачів.

Навчання персоналу також включає розвиток м’яких навичок, таких як емоційний інтелект, стресостійкість і здатність швидко вирішувати конфлікти. У ресторанній справі важливо не лише знати свої обов’язки, а й вміти співпереживати гостям, створювати теплу атмосферу і оперативно реагувати на їхні потреби. Завдяки спеціальним тренінгам команда ресторану може ефективно працювати в умовах високого навантаження, залишаючись привітною і професійною.

Ресторан «100 років тому вперед» також заохочує своїх співробітників до участі у професійних конкурсах і фестивалях. Це не лише мотивує працівників до особистого розвитку, а й зміцнює репутацію закладу як місця, де працюють справжні професіонали.

Важливим аспектом є зворотній зв’язок. Персонал ресторану регулярно проходить оцінювання, яке включає відгуки від гостей і керівництва. Це дозволяє виявляти сильні сторони і зони для вдосконалення, а також формувати індивідуальні плани розвитку для кожного співробітника.

Впровадження програм навчання позитивно впливає на якість сервісу, підвищує лояльність клієнтів і формує позитивний імідж ресторану «100 років тому вперед». У поєднанні з оригінальним меню і затишною атмосферою, високий рівень обслуговування стає важливою частиною унікального досвіду, який пропонує цей заклад.

5. Соціально відповідальні заходи.

Ресторан «100 років тому вперед» в Києві є не лише популярним гастрономічним закладом, а й важливим учасником соціально відповідального бізнесу, який активно займається питаннями підтримки нашої країни, екологічних проєктів та благодійних акцій. Заклад, заснований відомим українським шеф-кухарем Євгеном Клопотенком, орієнтований на популяризацію української кухні, а також на внесок у сталий розвиток і підтримку соціальних та культурних проєктів, що мають велике значення для розвитку суспільства. Програми соціальної відповідальності ресторану націлені на те, щоб внести позитивні зміни в життя громади та сприяти розвитку відповідального бізнесу, який бере на себе соціальні, екологічні та благодійні обов’язки.

Однією з основних ініціатив ресторану є підтримка українських фермерів та постачальників локальних продуктів. Ресторан активно співпрацює з українськими виробниками, що дозволяє не лише підтримувати місцеву економіку, а й зменшувати вуглецевий слід, оскільки продукти не потребують тривалих транспортувальних витрат. Це також дає можливість ресторану забезпечувати своїх клієнтів найсвіжішими і найякіснішими інгредієнтами, сприяючи відродженню традиційних українських кулінарних практик, а також підтримці сталого розвитку аграрного сектору.

Ресторан активно бере участь у різноманітних благодійних акціях, організовуючи події та заходи. Наприклад, регулярно проводяться благодійні вечері, де зібрані кошти йдуть на допомогу людям, які потребують підтримки в наш час, а також на фінансування ЗСУ. Такі заходи сприяють формуванню корпоративної культури, яка поєднує високі етичні стандарти з реальними подіями сьогодення.

Екологічна відповідальність є ще однією важливою складовою соціальної діяльності ресторану. «100 років тому вперед» активно підтримує стратегію zero waste, намагаючись зменшити кількість відходів, що утворюються під час приготування страв та обслуговування клієнтів. Ресторан прагне до використання екологічно чистих упаковок, а також активно долучається до ініціатив з переробки продуктів і упаковок. Клієнти закладу часто інформуються про екологічні проєкти, в яких ресторан бере участь, і заохочуються до участі в таких ініціативах.

Ресторан також виступає активним організатором культурних і освітніх подій, що сприяють популяризації української культури і гастрономії. Наприклад, на базі ресторану проводяться майстер-класи, де шеф-кухарі та інші експерти діляться своїми знаннями з української кухні, розповідають про використання локальних інгредієнтів і традиційні методи приготування. Ці події дозволяють не тільки поглиблювати гастрономічну освіту відвідувачів, але й сприяють культурному обміну та обговоренню важливих тем, таких як збереження кулінарної спадщини.

6. Збір і аналіз зворотного зв’язку.

Від самого початку ресторан орієнтований на високий рівень обслуговування, що відображається в професіоналізмі персоналу, використанні високоякісних локальних продуктів та створенні унікальної атмосфери. Однак для постійного вдосконалення і підтримки репутації закладу, важливою складовою є збір і аналіз зворотного зв’язку відвідувачів, що дозволяє оперативно реагувати на потреби гостей і покращувати якість послуг.

Збір зворотного зв’язку в ресторані «100 років тому вперед» здійснюється через кілька каналів, що дозволяє покрити різноманітні аспекти досвіду відвідувачів. Один із основних інструментів – це безпосереднє спілкування з клієнтами під час їхнього перебування в ресторані. Офіціанти та менеджери активно взаємодіють з гостями, з’ясовуючи їхні вподобання, враження від страв і обслуговування. Такий підхід дозволяє отримати швидкий зворотний зв’язок та оперативно вирішувати можливі проблеми, покращуючи сервіс і досвід відвідувачів.

Також ресторан використовує електронні канали для збору відгуків. Гості можуть оцінити свій досвід через різні платформи для відгуків, такі як Google, Instagram або ж безпосередньо через офіційний сайт ресторану. Це дає можливість отримувати більше об'єктивних і детальних коментарів, оскільки клієнти можуть поділитися своїми думками безпосередньо після візиту, коли їхні враження ще свіжі.

Ресторан активно використовує соціальні мережі для взаємодії з аудиторією. Це не лише платформи для реклами чи анонсування нових подій, але й для зворотного зв'язку. Клієнти можуть залишати свої відгуки в коментарях, надсилати повідомлення через соціальні мережі або брати участь у конкурсах і опитуваннях, організованих рестораном. Оцінка відгуків в реальному часі допомагає команді «100 років тому вперед» відслідковувати реакцію публіки на нові страви, акції чи зміни в меню. Залучення гостей до комунікації через соцмережі створює не лише можливість для збору зворотного зв'язку, а й підвищує рівень залученості та лояльності клієнтів.

Ресторан також активно відслідковує відгуки, що надходять через співпрацю з різними ресторанними платформами і критиками. Часто, відгуки, надані професійними гастрономічними оглядачами, можуть надавати ресторану цінні інсайти щодо якості страв, атмосфери та рівня обслуговування. Врахування таких коментарів дає можливість ресторану підвищувати стандарти та враховувати вимоги навіть найбільш вимогливих гостей.

Аналіз зворотного зв'язку не обмежується лише підсумками обговорень і коментарів. Ресторан використовує ці дані для оцінки трендів і змін на ринку, а також для адаптації своїх стратегії управління персоналом та маркетингових кампаній. Завдяки аналізу зібраних відгуків команда ресторану може зрозуміти, які страви користуються найбільшим попитом, які потребують вдосконалення, а також які аспекти сервісу потребують уваги.

Програми лояльності також взаємопов'язані зі збором зворотного зв'язку. Постійні клієнти, які беруть участь у програмах лояльності, часто отримують доступ до ексклюзивних пропозицій або запитуються на тестування нових страв.

Це створює унікальну можливість для ресторану постійно адаптувати свої пропозиції і покращувати обслуговування за допомогою відгуків лояльних клієнтів.

Загалом, збір та аналіз зворотного зв'язку є важливим інструментом для покращення всіх аспектів діяльності ресторану «100 років тому вперед». Це дає можливість не тільки оперативно реагувати на потреби відвідувачів, а й прогнозувати майбутні тенденції та адаптувати стратегію ресторану до змін на ринку, що в свою чергу підвищує рівень задоволення гостей і зміцнює репутацію закладу на гастрономічній карті Києва.

7. Економічні показники.

Завдяки успішному поєднанню інноваційних технологій приготування їжі та уваги до деталей у кожному аспекті обслуговування, ресторан має велику популярність серед місцевих жителів і туристів. Однак, як і в будь-якому бізнесі, для підтримки стабільності і росту ресторану важливі економічні показники, які дозволяють не лише оцінити фінансові результати, а й спланувати майбутнє розвиток закладу.

Одним із основних економічних показників є рівень доходів ресторану. У випадку «100 років тому вперед», цей показник демонструє стабільний ріст завдяки високому попиту на унікальне меню і регулярним заходам, які ресторан організовує для своїх гостей. Високий рівень обслуговування та інноваційні страви приваблюють як постійних, так і нових клієнтів. Ресторан також активно використовує маркетингові стратегії для залучення більшої кількості відвідувачів, включаючи тематичні вечори, культурні заходи та спеціальні пропозиції для корпоративних клієнтів. Ці заходи суттєво впливають на загальний обсяг продажів, підвищуючи середній чек і кількість відвідувань.

Іншим важливим показником є витрати на забезпечення діяльності ресторану, зокрема на закупівлю продуктів і матеріалів для приготування страв. Ресторан «100 років тому вперед» особливо акцентує увагу на використанні локальних і екологічно чистих продуктів, що підвищує витрати на закупівлі. Однак цей підхід також дозволяє ресторану вирізнятися серед конкурентів і

підтримувати імідж відповідального бізнесу, який піклується про довкілля та підтримку місцевих фермерів.

Складовою частиною економічної моделі ресторану є також витрати на персонал. Ресторан «100 років тому вперед» приділяє значну увагу найму кваліфікованих працівників, які мають необхідні навички для забезпечення високого рівня обслуговування. Система навчання і розвитку персоналу також вимагає фінансових вкладень, але цей підхід дозволяє зберігати високу лояльність клієнтів і підтримувати якість обслуговування на високому рівні. Аналіз доходів і витрат ресторану «100 років тому вперед» за останні три роки представлені в (табл 1.10)

Таблиця 1.10

Аналіз доходів і витрат ресторану «100 років тому вперед»

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Динаміка за 3 роки
Доходи (млн грн)	10.5	12.8	15.3	Зростання на 45.7%
Витрати (млн грн)	8.2	9.4	11.2	Зростання на 36.6%
Чистий прибуток (млн грн)	2.3	3.4	4.1	Зростання на 78.2%
Собівартість продажів (%)	78.1	73.4	73.2	Зниження, покращення ефективності
Частка витрат на івенти (%)	15.0	17.5	20.0	Збільшення через активність у подіях
Кількість проведених заходів	50	65	80	Зростання на 60%

Ще одним важливим економічним аспектом є ефективність управління фінансами ресторану. Завдяки чітким процесам у плануванні бюджету, аналізу фінансових результатів і контролю витрат, «100 років тому вперед» зміг досягти високих результатів у бізнесі. Використання сучасних технологій для управління запасами, моніторинг попиту та адаптація до змін на ринку дозволяють зберігати стабільність і адаптуватися до економічних умов.

Також важливими економічними показниками є рівень прибутковості ресторану, що включає маржу з продажу, витрати на рекламу, акції та інші маркетингові стратегії, а також податкові виплати. Завдяки стабільному потоку клієнтів, розширенню спектра послуг, проведенню заходів та високому рівню

бренду ресторан здатний підтримувати позитивний фінансовий результат, що дозволяє йому не лише покривати витрати, а й інвестувати в розвиток бізнесу.

Варто зазначити, що ресторан активно працює з інвесторами, що дозволяє залучати додаткові фінансові ресурси для розвитку і масштабування бізнесу. Згодом це може включати відкриття нових локацій або розширення на нові ринки, що дозволяє ресторану не лише підтримувати високий рівень доходів, а й збільшувати свою присутність на гастрономічній карті України.

Загалом, економічні показники ресторану «100 років тому вперед» свідчать про стабільний ріст і успіх бізнесу в умовах високої конкуренції на ринку ресторанних послуг. Завдяки правильному поєднанню маркетингових стратегій, уваги до якості продукту, ефективному управлінню витратами та інвестуванню в персонал, ресторан здатен забезпечити свою рентабельність та стабільність на ринку.

Програма заходів щодо удосконалення івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед» представлена в (*табл 1.11*)

Таблиця 1.11

Заходи щодо удосконалення івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед»

Категорія	Конкретні заходи	Мета	Очікуваний результат
Організаційна оптимізація	1. Розробка стандартів організації подій.	Забезпечити системність та якість проведення заходів.	Злагоджена робота персоналу, мінімізація ризиків під час проведення заходів.
	2. Впровадження CRM-системи.	Автоматизувати управління івентами, покращити комунікацію з клієнтами.	Підвищення ефективності роботи та зручності для клієнтів.
	3. Навчання персоналу (тренінги).	Покращити професійні навички працівників.	Високий рівень обслуговування, задоволення клієнтів.
Диверсифікація івент-пропозицій	1. Тематичні заходи (історичні вечори, кулінарні майстер-класи, благодійні вечері	Розширити асортимент подій для різних аудиторій.	Залучення нових клієнтів, підвищення лояльності постійних гостей.
	2. Спеціальні пакети для корпоративних і приватних клієнтів.	Задовольнити потреби бізнесу та приватних осіб	Зростання кількості замовлень для різних категорій клієнтів.

	3. Сезонні події (фестивалі, святкові програми).	Створити унікальні пропозиції відповідно до сезону.	Активізація попиту в окремі періоди року.
Технічне забезпечення	1.Закупівля сучасного обладнання (звук, світло, мультимедіа).	Забезпечити високий рівень проведення заходів.	Покращення якості подій, створення комфортної атмосфери.
	2. Інтеграція цифрових рішень (мобільний додаток, онлайн-бронювання).	Підвищити зручність для клієнтів і персоналу.	Збільшення кількості бронювань, лояльність клієнтів
Маркетингова стратегія	1. Активне просування в соцмережах, співпраця з інфлюенсерами.	Підвищити впізнаваність ресторану.	Розширення аудиторії, збільшення відвідуваності подій.
	2. Програма лояльності для клієнтів.	Закріпити відносини з постійними клієнтами.	Повернення клієнтів, підвищення їхньої задоволеності.
Адаптація до сучасних умов	1. Організація онлайн-заходів (вебінари, кулінарні стріми).	Розширити охоплення аудиторії поза межами закладу	Залучення нової аудиторії, навіть у складних економічних умовах.
	2. Гнучка система знижок та акцій.	Підтримати попит в умовах економічної нестабільності.	Збереження клієнтської бази, підвищення завантаженості ресторану.
Система оцінки ефективності	1. Збір відгуків від клієнтів та персоналу.	Виявити сильні та слабкі сторони у проведенні заходів	Постійне вдосконалення івент-менеджменту.
	2. Аналіз фінансових результатів кожного заходу.	Оцінити рентабельність івент-менеджменту.	Оптимізація витрат, збільшення прибутковості подій.

Джерело: систематизовано авторами на основі аналізу сучасних тенденцій у ресторанному бізнесі та концепції закладу «100 років тому вперед».

Запропоновані заходи сприятимуть значному покращенню ефективності ресторану, водночас забезпечуючи стабільний фінансовий ріст. Розширення тематичних заходів дозволять зробити акцент на клієнтоорієнтованість ресторану «100 років тому вперед» залишатися конкурентоспроможним та привабливим для широкої аудиторії.

Аналіз ефективності запроваджених заходів представлена в *(табл 1.12)*

Таблиця 1.12

Аналіз ефективності запроваджених заходів

Показник	**2022 рік**	**2023 рік**	**2024 рік**	**Очікування 2025**
Кількість гостей	50,000	65,000	80,000	100,000
Середній чек (грн)	400	450	520	600
Загальний дохід (млн грн)	20.0	29.3	41.6	60.0
Позитивні відгуки (%)	85%	88%	92%	95%

Джерело: систематизовано авторами на основі на основі прогнозів ресторану "100 років тому вперед"

Загалом, удосконалення івент-менеджменту в ресторані «100 років тому вперед» є важливим напрямком для забезпечення стабільного розвитку, підвищення залученості гостей і покращення фінансових показників. Ресторан, постійно оновлюючи свої підходи до організації заходів, зможе не лише утримувати свою позицію на ринку, але й встановлювати нові стандарти для індустрії ресторанного бізнесу в Україні.

2.2. Результативність запропонованих заходів

Результативність запропонованих заходів для ресторану «100 років тому вперед», розташованого в Києві, є ключовим фактором, що дозволяє оцінити ефективність впроваджених стратегій і їхній вплив на бізнес. Запроваджені заходи з удосконалення івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед» дали змогу суттєво підвищити ефективність функціонування закладу, якість наданих послуг та загальну конкурентоспроможність. Оцінювання результативності базується на кількісних і якісних показниках, що охоплюють аспекти клієнтської задоволеності, фінансової вигоди, репутації закладу та професійного розвитку персоналу.

Заходи, спрямовані на вдосконалення івент-менеджменту, покращення сервісу, розширення спектра подій та соціально відповідальної діяльності, мають суттєві результати, які можна оцінити за кількома критеріями.

Перш за все, розширення спектра заходів і тематичних вечорів дозволило ресторану збільшити потік відвідувачів.

Аналіз ефективності запропонованих заходів ресторану «100 років тому вперед» представлено в (*табл 1.13*)

Таблиця 1.13

Прогноз ефективності запропонованих заходів

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Прогноз 2025
Кількість гостей	50,000	65,000	80,000	100,000
Середній чек (грн)	400	450	520	600
Загальний дохід (млн грн)	20.0	29.3	41.6	60.0
Позитивні відгуки (%)	85%	88%	92%	95%

Джерело: систематизовано авторами на основі прогнозів ресторану «100 років тому вперед».

Завдяки унікальним подіям, таким як тематичні вечори української кухні, майстер-класи від шеф-кухаря Євгена Клопотенка, гастрономічні фестивалі та культурні вечори, ресторан отримав значний інтерес як з боку постійних клієнтів, так і нових гостей. Позитивний вплив цих заходів проявляється у збільшенні середнього чека, оскільки такі події часто супроводжуються дегустаційними пропозиціями та спеціальними меню. Крім того, тематика заходів дозволяє залучити різні цільові аудиторії, зокрема молодь, сімейні пари та туристів, що сприяє зміцненню позицій ресторану на ринку.

Запровадження сучасних маркетингових стратегій також показало свою ефективність. Використання соціальних мереж, таргетованої реклами, співпраці з блогерами та організація відеорепортажів із заходів дозволили підвищити впізнаваність бренду. Зростання кількості підписників у соціальних мережах і залучення аудиторії до онлайн-активностей свідчать про те, що такі заходи дозволяють ресторану підтримувати постійний інтерес до своїх подій. Наприклад, розповсюдження інформації про заходи через Instagram Stories та Facebook Events допомогло збільшити кількість реєстрацій на події, а також залучити туристів, які планують свій візит до Києва.

Програми лояльності для постійних клієнтів також мали помітний ефект. Впровадження бонусної системи, яка дозволяє накопичувати бали за участь у заходах і витрати у ресторані, значно підвищило частоту візитів постійних клієнтів. Спеціальні пропозиції для учасників програм лояльності, такі як знижки на наступні відвідування або запрошення на ексклюзивні події, допомогли створити додаткову цінність для клієнтів і зміцнити їхню прихильність до ресторану.

Покращення сервісу через навчання персоналу також дало позитивні результати. Проведення тренінгів для персоналу з метою підвищення професійних навичок і розуміння сучасних стандартів обслуговування дозволило створити атмосферу, яка сприяє позитивним враженням клієнтів. Опитування гостей після відвідування показали зростання рівня задоволеності обслуговуванням. Це не лише вплинуло на формування лояльності клієнтів, але й підвищило якість

обслуговування під час проведення заходів, що є важливим фактором для створення довгострокового позитивного іміджу.

Важливим кроком стало проведення соціально відповідальних заходів, які зміцнили репутацію ресторану як свідомого бізнесу. Організація благодійних вечорів, підтримка екологічних ініціатив і співпраця з місцевими громадами дозволили залучити нову аудиторію, яка цінує відповідальність бізнесу перед суспільством. Такі заходи не лише сприяли збільшенню відвідуваності, але й дозволили встановити зв'язок із партнерами, які підтримують схожі цінності.

Збір і аналіз зворотного зв’язку клієнтів також відіграв важливу роль у вдосконаленні процесів. Завдяки впровадженню опитувань, QR-кодів для миттєвого оцінювання та аналізу відгуків у соціальних мережах ресторан зміг оперативно реагувати на побажання клієнтів. Наприклад, на основі зібраних даних були вдосконалені меню заходів, оптимізована організація посадкових місць і покращені умови. Це дозволило ресторану не лише підвищити рівень задоволеності клієнтів, а й уникнути повторення попередніх помилок.

Результати впровадження запропонованих заходів також відображаються в економічних показниках ресторану. Збільшення потоку клієнтів і підвищення середнього чека дозволили досягти стабільного росту доходів. Ефективність управління витратами, зокрема оптимізація закупівель і впровадження нових технологій управління запасами, дозволила зберігати стабільний рівень рентабельності. Активна участь ресторану в партнерських програмах і співпраця з іншими закладами, наприклад, у рамках кулінарних фестивалів, забезпечили додаткові джерела доходу.

Загалом, результати запропонованих заходів демонструють позитивний вплив на розвиток ресторану «100 років тому вперед». Завдяки інноваційним підходам у маркетингу, вдосконаленню сервісу, розширенню спектра заходів і орієнтації на соціальну відповідальність ресторан зміг зміцнити свої позиції на ринку, підвищити рівень лояльності клієнтів і створити умови для довгострокового зростання.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проаналізовано івент-менеджмент ресторану «100 років тому вперед», м. Київ, який вирізняється сучасними підходами до організації заходів і сприяє популяризації української гастрономічної культури. У роботі досліджено ключові аспекти організації подій, їхній вплив на конкурентоспроможність ресторану та методи залучення клієнтів в умовах сучасних викликів, таких як війна, економічна нестабільність та посилена конкуренція. Аналіз підтвердив, що івент-менеджмент є важливим інструментом розвитку ресторанного бізнесу, здатним забезпечувати унікальний клієнтський досвід, підвищувати лояльність гостей і формувати позитивний імідж закладу.

Основною конкурентною перевагою ресторану є його авторська концепція, яка базується на переосмисленні українських гастрономічних традицій із використанням інноваційних підходів. Використання локальних продуктів, впровадження сучасних трендів і активна взаємодія з клієнтами через соціальні мережі дозволяють ресторану займати лідерські позиції на ринку, залучати нових відвідувачів і підтримувати інтерес постійної аудиторії.

Водночас дослідження виявило низку проблем, які впливають на ефективність івент-менеджменту. Серед основних викликів – економічна нестабільність, зниження купівельної спроможності населення, зменшення кількості іноземних туристів, необхідність підвищення кваліфікації персоналу та вдосконалення технічного забезпечення. В умовах війни ресторану важливо адаптувати свої заходи до актуальних реалій, пропонуючи безпечний простір і заходи, що відповідають зміненим очікуванням клієнтів.

Для вдосконалення івент-менеджменту запропоновано кілька практичних рішень. Розширення форматів заходів, таких як дегустації, інтерактивні події, майстер-класи та благодійні вечори, дозволить охопити широку аудиторію. Інтеграція інноваційних технологій, розвиток програм лояльності для постійних клієнтів та активізація маркетингових стратегій у соціальних мережах сприятимуть залученню нових відвідувачів. Особливий акцент зроблено на

партнерських колабораціях із відомими особистостями та брендами, що посилить популярність ресторану.

Отже, впроваджені заходи дозволяють ефективно вирішувати актуальні проблеми й адаптувати івент-менеджмент до потреб ринку. Збір і аналіз зворотного зв’язку клієнтів дали змогу виявити сильні та слабкі сторони організації заходів і вдосконалити їх проведення. Використання цифрових інструментів для опитувань, оперативна реакція на побажання клієнтів і оптимізація процесів сприяють підвищенню якості обслуговування.

Економічні результати впроваджених заходів підтвердили їхню ефективність. Зростання кількості відвідувачів, підвищення середнього чека та оптимізація витрат забезпечили стабільне зростання доходів ресторану. Участь у галузевих ініціативах і партнерство з іншими організаціями також сприяли зміцненню фінансової стабільності.

Таким чином, інноваційні підходи до івент-менеджменту ресторану «100 років тому вперед» стали основою його успішного розвитку. Завдяки орієнтації на клієнта, інтеграції сучасних технологій і адаптації до сучасних викликів ресторан утримує провідну позицію на ринку, підвищує свою конкурентоспроможність і створює умови для довгострокового зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аветисова А.О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку. Вісник соціально-економічних досліджень. 2018. № 28. С. 117-123.
2. Антоненко І.Я., Гаврилюк А.М. Івент-менеджмент в індустрії гостинності. К.: КНТЕУ, 2021. 284 с.
3. Антонова В.А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства. Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. 2019. № 1(37). С. 54-57.
4. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Інфраструктура ринку. 2020. № 42. С. 117-122.
5. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
6. Борисова О.В. Event-менеджмент: теорія і практика організації спеціальних заходів. К.: Ліра-К, 2020. 244 с.
7. Гірняк Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 16. С. 71-78.
8. Гладских Е.О. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг та ефективність їх роботи. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 13. С. 66-69.
9. Давидова О.Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Бізнес Інформ. 2019. №11. С. 459-464.
10. Домбик О.М. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Торгівля, комерція, підприємництво. 2018. Вип. 15. С. 64-66.

11. Завадинська О.Ю. Інноваційні маркетингові методи підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2019. № 1. С. 64-72.
12. Каліта Т.М., Карпюк О.А. Організація івент-заходів у ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство. 2022. №4. С. 118-124.
13. Карпенко В.Д., Рогова А.Л. Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування. К.: НМЦ Укоопосвіта, 2019. 248 с.
14. Кононенко Т.П. Сучасний ресторанний бізнес: інноваційні аспекти розвитку. Науковий вісник ПУЕТ. 2020. № 1(97). С. 106-111.
15. Корж Н.В., Онищук Н.В. Вплив пандемії COVID-19 на готельну галузь. Економічний простір. 2020. №156. С. 140-143.
16. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів. К.: Центр учбової літератури, 2018. 304 с.
17. Нагернюк Д.В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. Ефективна економіка. 2019. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua
18. Новікова В.В., Радіонова О.М. Інноваційні підходи до управління івент-діяльністю підприємств ресторанного господарства. Інвестиції: практика та досвід. 2023. №8. С. 22-27.
19. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / за ред. П'ятницької Н.О. 2-ге вид. перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2019. 584 с.
20. Офіційний сайт ресторану «Forrest Club» URL: https://forrestclub.com.ua/
21. Пасенко В.В. Методика оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 7. С. 72-76.

22. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторанні технології: основи теорії: навч. посіб. для вищ. навч. закл. К.: Кондор, 2018. 250 с.
23. П'ятницька Г.Т., Найдюк В.С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та держава. 2020. № 9. С. 66-73.
24. Прилепа Н.В. Особливості розвитку ресторанного господарства України. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 5. С. 261-267.
25. Расулова А.М. Сучасні маркетингові комунікації в управлінні підприємствами ресторанного бізнесу. Інноваційна економіка. 2018. № 5. С. 215-220.
26. Світлична М.Л. Організація виробництва та обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Житомир: Полісся, 2018. 340 с.
26. Ткачук Т. Бовш Л.А., Расулова А.М. Особливості формування ресторанного бренду. - **Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство» [Електронний ресурс] : М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т. Культури і мистецтв – Част. 3. – Київ: КНУКіМ, 2023. (39-42).**
27. Томаля Т.С. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка. Управління. Інновації. 2019. № 2. С. 74-79.
28. Транченко Л.В. Сучасний стан та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу України. Економіка. Управління. Інновації. 2019. № 2. С. 80-85.
29. Управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства: навч. посіб. / за ред. Т.В. Капліної. Полтава: ПУЕТ, 2018. 166 с.
30. Хмиль Ф.І. Управління персоналом в закладах ресторанного господарства: підручник. К.: Академія, 2019. 348 с.
31. Чагайда А.О. Інновації в ресторанному бізнесі. Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2019. № 1(87). С. 215-220.

32. Шталь Т.В. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства України та Харківської області. Вісник Львівської комерційної академії. 2018. Вип. 38. С. 137-141.

33. Яцун Л.М. Управління підприємствами сфери харчування: теорія, методологія, практика: монографія. Х.: ХДУХТ, 2018. 342 с.

34. Ferdinand N., Kitchin P.J. Events Management: An International Approach. SAGE Publications, 2022. 392 p.

35. Getz D. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Routledge, 2022. 584 p.

36. Goldblatt J. Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration. Wiley, 2021. 612 p.

37. **Vedmid N., Tkachuk T., Kosar O.** Restaurant business foresight / *Scientia fructuosa*. 2023. № 1. S. 74-87. https://doi.org/10.31617/1.2023(147)01.

38. O'Toole W. Events Feasibility and Development: From Strategy to Operations. Butterworth-Heinemann, 2021. 378 p.

39. Офіційний сайт ресторану «100 років тому вперед» [Електронний ресурс]. - https://100rokiv.com.ua

40. Офіційний сайт ресторану Instagram «100 років тому вперед» [Електронний ресурс]. - https://www.instagram.com/100rokivtomuvpered/

ДОДАТКИ

Додаток Б

сет меню від шеф-кухаря Євгена Клопотенко

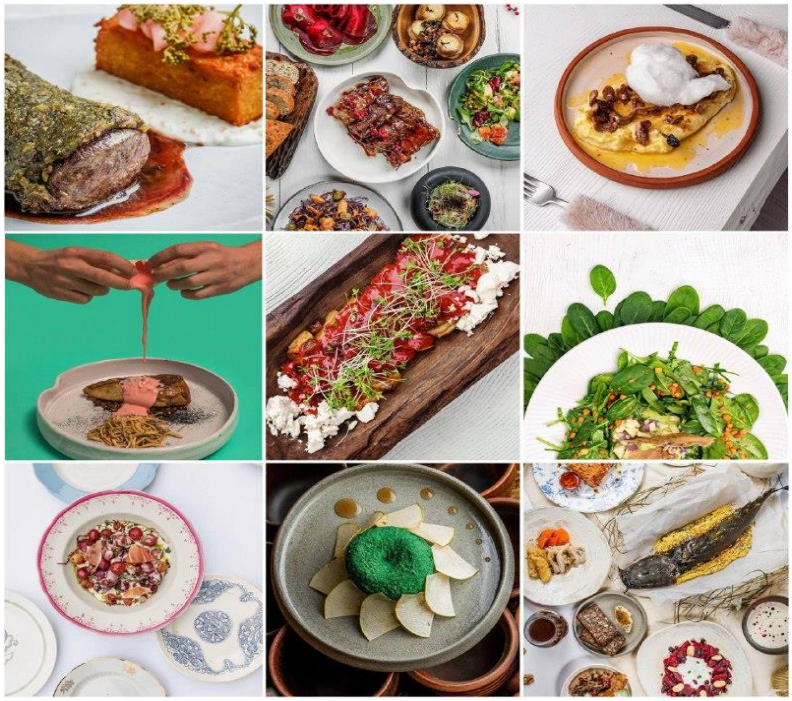
Ⓐ сет з восьми страв на двох "Пізнавай Україну"	2100
коктейльний або винний супровід	1400
Ⓐ сет з восьми страв на двох "Пізнавай Україну знову"	2500
закуски	
буряк, ставрида, копчена груша - Одещина	215
збірний паштет (куряча печінка, масляний мус, морква, кагор) - Центральна Україна	225
сало з українськими спеціями - Київщина	145
Ⓐ закуска з бджіл із медом, соус з ягід та обліпихи	185
м`ясо качки, зіньківська ковбаса, поліський мацик	315
сири, що найкращі сьогодні у фермерів	345
Ⓐбуковинська начинка (сом, огірки, брусниця)	240
не вродив буряк - пробудемо й так (квасоля Яська, горіхи, сир)	230
Ⓐ потравка з кроля (кріль, картопля, персик)	315
бесарабська міліна (сир, портулак, тісто)	310
Ⓐ капуста в землі (смажена капуста, гуслянка, агрус)	205
перші страви	
борщ із печі, зі сливовим лекваром - Закарпаття	240
полонина має вуха, хмари очі, туман ніс	230
(бульйон з солонини, картопля, кукурудзяна крупа) - Закарпаття	
салати	
Ⓐсалат з дріб'янкою з гольця, картоплею та виноградом	275
зелений крем, шпинат, яблуко, цибуля	235
печені овочі з нашої городини та димна качка	285
основні страви	
ребра із печі в соусі з квасу та материнки, відомі як "Верещака" - Полісся	525
яловича вирізка з дріб'янкою зі ставриди та морквяним пюре, відома як "Чомбер на дико" - Львів	625
Ⓐ качана каша, гриби, яблука і бринза - Опішня на Полтавщині	325
галушки за рецептом полтавським, з м`ясом та вишнями	335
(пильнуйте, можуть бути кісточки, у вишнях, а може і не бути) - Полтава	
смажені огірки з куркою (пікниця, курка, огірки)	415
лісовий голець (картопля, виноград, бринза)	515
Ⓐ на людях ілля, а вдома свиня (свиний завиванець, винорад, квасоля Яська)	485
десерти	
Ⓐ гречаний (гречаний корж, вишня з чебрецем, олія з ялинки)	215
гамула (яблуневе суфле, бринза, сидр) - Карпати	215
Ⓐ каша "Зозуля" (пшоно, мак, щавель) - Вінничина	215
Ⓐ ягоди влітку радують, взимку нагадують (малина, горіхи, кріп)	215
український хліб (з собою)	
пшеничний з чорнушкою	95
пшенично-житній	95

: Меню ресторану «100 років тому вперед» м.Київ

Афіши заходів ресторану «100 років тому вперед» м.Київ

Додаток В

Інтер'єр ресторану «100 років тому вперед» м.Київ



Візуальний контент страв в соц.мережах ресторану «100 років тому вперед».

Додаток Г

Команда ресторану «100 років тому вперед» м.Київ (станом на 2024 рік)