

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКЕТНОГО ЗАЛА НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ФОРМАТА ЗАВТРАКОВ**

**Бугаева А.С.**

**Научный руководитель – Рыбакова Т.М., старший преподаватель  
Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий  
г. Могилев, Республика Беларусь**

Современный рынок общественного питания в 2026 году формируется под влиянием макротрендов новой рациональности и здоровьесбережения. Особую актуальность приобретает концепция «foodmaxing meets grandmascore» – стремление к максимизации пользы через традиционные методы приготовления и чистые рецептуры. Для объектов питания с неравномерной загрузкой, таких как банкетные залы, перспективным направлением становится внедрение формата бизнес-завтраков с выраженным «ЗОЖ-уклоном».

Цель работы – разработка и экономическое обоснование проекта внедрения концепции завтраков для повышения эффективности деятельности банкетного зала.

Исследования проводились на примере банкетного зала «Парк Холл» (г. Могилев), расположенного в структуре офисного центра. Выявлен временной интервал (07:00–11:00) в будние дни с крайне низкой загрузкой (менее 10%) при наличии устойчивого спроса со стороны сотрудников офиса и гостей на качественные и полезные завтраки. Анализ текущей деятельности банкетного зала «Парк Холл» выявил значительные резервы повышения эффективности: коэффициент использования площадей в утренние часы составляет 0,08, трудовые ресурсы загружены лишь на 12–15%.

Проведенное маркетинговое исследование показало, что 83 % респондентов заинтересованы в бизнес-завтраках с ЗОЖ-направленностью; 76 % готовы платить выше среднерыночной цены за блюда с «чистым составом» и функциональными свойствами. Основные ожидания потребителей завтраков: высокое содержание клетчатки (62 %), продукты для здоровья кишечника (58%), высокобелковые позиции (47 %), отсутствие ультра-обработанных продуктов. Более 70% опрошенных предпочитают знакомые вкусы в новой полезной интерпретации. Анализ конкурентной среды подтвердил отсутствие в локации предложений, специализированных на ЗОЖ-завтраках, что формирует рыночную нишу. При этом локация формирует две целевые аудитории, демонстрирующие высокий интерес к здоровому питанию

Разработана концепция завтраков «Осознанное утро», основанная на современных трендах. Сформирована ассортиментная матрица из 28 позиций, сгруппированных в категории: «Заряжайся клетчаткой»; «Классика 2.0»; «Функциональные завтраки»; «Умные напитки». Средний чек определен в размере 12,5 руб., что соответствует премиальной нише и компенсируется высокой ценностью предложения для ЗОЖ-аудитории. Предложено зонирование зала с выделением станции здорового питания, информационных материалов о пользе ингредиентов.

Проект является экономически эффективным, позволит повысить загрузку зала в утренние часы до 60–70%, увеличить годовую выручку на 142,6 тыс. руб., укрепить позиционирование как современного, клиентоориентированного объекта питания и сформировать лояльную аудиторию, разделяющую ценности здорового образа жизни. Полученные результаты могут быть тиражированы для аналогичных объектов общественного питания.