

УДК 338.48

Данило Ляшко

студент II курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник:

Валентина Зайцева

канд. пед. наук, професор,
завідувач кафедри, професор кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет «Запорізька політехніка»

ХАРЧУВАННЯ РОБІТНИКІВ БІЗНЕС-ЦЕНТРІВ

Ресторанне господарство – вид економічної діяльності суб’єктів господарської діяльності щодо надавання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

Заклади (підприємства) ресторанного господарства поділяють за типами: фабрики-кухні, фабрики-заготівельні, ресторани, бари, кафе, їдальні, закусочні, буфети, магазини кулінарних виробів, кафетерії. Кухня при цьому стає закладом ресторанного господарства, під яким розуміють організаційно-структурну одиницю у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє й (або) доготовляє, продає й організовує споживання продукції власного виробництва та закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [1].

Розглянути особливості харчування робітників бізнес-центрів.

Процедуру харчування працівників на власній кухні підприємства нормативними документами наразі не регламентовано. Водночас, якщо суб’єкт господарювання візьме на роботу кухарів, які готуватимуть їжу для працівників, це означатиме, що підприємство здійснює ресторанне господарство.

У такій ситуації підприємство не продає продукцію харчування, але планує оплачувати витрати на її виготовлення й надавати таку

продукцію безоплатно працівникам (споживачам). Із цього випливає, що в підприємства з'являється новий вид діяльності – «Постачання інших готових страв».

Як правило, сьогодні більшість підприємств укладають договори на харчування співробітників з ресторанными компаніями-підрядниками. Сьогодні вони виконують широкий діапазон послуг: від доставки гарячих обідів в офіс до допомоги в організації корпоративних їдалень. У наш час можна нагодувати будь-яку кількість співробітників і за будь-яких умов.

Основними способами організації харчування робітників бізнес-центрів є: корпоративне харчування на території ресторанного господарства, контракт на доставку з кейтеринговою компанією, доставка готової їжі із закладів ресторанного господарства у офіс, облаштування власної точки харчування своїх співробітників, або ж надання працівникам можливості вільного вибору щодо організації свого обіду.

Стаціонарні фуд-корт розміщуються у великих торговельних комплексах та бізнес-центрах. Наявність фуд-кортів у сучасних торговельних центрах стає обов'язковим і необхідним. Однією з функцій фуд-корта є залучення відвідувачів до віддалених від входу магазинів. Фуд-корт є інструментом, здатним провести покупця через всю торговельну галерею, а також альтернативним рішенням щодо організації харчування співробітників комплексу.

Фуд-корт – привабливий і вигідний формат бізнесу для операторів ресторанної справи, аргументований такими причинами: висока прохідність, а отже, стабільний дохід; зростаюча конкуренція в інших сегментах ресторанного ринку; дефіцит приміщень, які відповідають необхідним вимогам для створення закладів ресторанного господарства, що є стримуючим чинником розвитку мереж; додатковий варіант розвитку мережі, реклама і просування бренду. Кількість закладів харчування на фуд-корті у бізнес-центрі залежить від уподобань робітників і його площі. Чим він більший, тим більший фуд-корт. Як правило, на фуд-кортах представлено від шести до дванадцяти різних операторів. Фуд-корт займає близько 10% площі бізнес-центру. Розміщення на фуд-кортах дозволяє також експериментувати з концепцією: вносити зміни в меню, інтер'єр та охоплювати максимальну кількість відвідувачів, що позитивно позначається на іміджі і гнучкості концепції підприємства [2].

У результаті дослідження сформульовано комплекс заходів щодо вдосконалення організації надання послуг харчування робітникам бізнес-центру:

- розгалуження приміщення фуд-корту на зони їдальні, кафе та буфету;
- створення окремого меню для людей з особливими потребами у харчуванні;
- наприкінці кварталу збільшувати потужність та асортимент буфету;
- мати сталий запас сировинної бази та кваліфікованих кадрів на випадок великих корпоративних замовлень;
- рекомендувати керівникам відділів введення 15-хвилинної перерви кожні 2 год робочого часу для врегулювання інтенсивності потоку споживачів;
- організувати на базі фуд-корту службу доставки корпоративних обідів безпосередньо у приміщення офісу.

Ключові слова: бізнес-центр, обслуговування, харчування, працівник.

Список використаних джерел

1. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства : навч. посіб. / Мостова Л. М. Новікова О. В. Київ : Ліра-К, 2010. – С. 9.
2. Лифарь О. А. Прогресивні технології обслуговування [Електронний ресурс]. – URL: https://lifar-o-a.at.ua/restoran/lekcii/lekciya_11.pdf (дата звернення 27.04.2022).