

ВПЛИВ ПОДІЙ СВІТОВОГО МАСШТАБУ НА КЕЙТЕРИНГОВИЙ БІЗНЕС

Вишняков О.В., Куниця К.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Трансформації у сфері кейтерингу під впливом глобальних подій, таких як пандемія COVID-19 [1], військові конфлікти [2], та природні катастрофи вплинули на зміну споживчого попиту, призвели до адаптації бізнес-моделей, логістичних процесів [3] і технологічних підходів. Світові події сприяють інноваціям, але й загрожують стійкості бізнесу. Сучасний кейтеринговий бізнес постійно стикається з проблемами, які виникають через глобальні події. Зокрема, підприємства громадського харчування зіткнулися з великими труднощами через пандемію COVID-19, яка змусила їх адаптуватися до нових умов, таких як цифровізація послуг, використання безконтактної доставки та зміна асортименту продукції [1].

Військові конфлікти, особливо ті, що впливають на логістику та ланцюги постачання, вимагають диверсифікації постачальників і запасів на випадок аварії. Крім того, вимушене переселення населення змінює географію попиту, що також вимагає від кейтерингових компаній швидко змінюватися [2].

Стихійні лиха, такі як повені, землетруси та пожежі, показують важливість кризового планування та готовності до екстремальних ситуацій. У таких ситуаціях важливо мати гнучкі бізнес-моделі, які можуть швидко розширюватися [2].

Цифровізація, гнучке меню, місцезнаходження ланцюга постачання та кризове планування є кількома способами зробити кейтеринг більш адаптивним [1, 4]. Адаптивна модель кейтерингового бізнесу, яка включає використання хмарних технологій, багатоканальне замовлення, локалізацію послуг і створення стратегічних резервів, підвищує стійкість бізнесу та здатність вижити в складних умовах.

Література:

1. COVID-19 and the food industry: Readiness assessment. International Trade Centre. Geneva: ITC, 2020.
2. Гончаренко М.П. Управління ризиками в кейтеринговому бізнесі в умовах кризи. Економіка та держава. 2021. № 5. С. 46–49.
3. Zhang Y., Milke M. Global supply chains and pandemic resilience. Journal of Business Continuity & Emergency Planning. 2021. Vol. 14(3). P. 210–222.
4. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. 15th ed. Pearson Education, 2016.