

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-86>

УДК 338.48:640.4

ЧИННИКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ В СЕКТОРІ HORECA: ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ

DIVERSIFICATION FACTORS IN THE HORECA SECTOR: GLOBAL TRENDS

Борисова Оксана Володимирівнакандидат географічних наук, доцент,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6379-0471>**Пшеничний Богдан Миколайович**здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6504-1255>**Алексєенко Валерія Сергіївна**здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2554-8481>**Borysova Oksana, Pshenychnyi Bohdan, Aliksieienko Valeriia**
Kyiv National University of Technologies and Design

Стаття присвячена узагальненню основних тенденцій розвитку індустрії гостинності і сектора HoReCa (hotel, restaurant, café), які спричиняють необхідність застосування диверсифікації як стратегії розвитку підприємств. Визначено чотири глобальних тренди розвитку готельно-ресторанного бізнесу, зокрема: персоналізація, цифровізація, глобалізація та візуалізація. Підкреслена суттєва роль демографічних змін та старіння населення розвинених країн світу як чинника диверсифікації послуг індустрії гостинності. Досліджено гендерні аспекти в структурі робочої сили сектора HoReCa і визначено роль гендерної інклюзивності для сталого розвитку індустрії. Відзначено, що підприємства HoReCa співпрацюють практично з усіма секторами економіки, тому вони мають враховувати екологічні, економічні та соціальні аспекти на кожному етапі взаємодії із зовнішніми та внутрішніми зацікавленими сторонами, що спричиняє додаткову необхідність у диверсифікації послуг та продуктів сектору.

Ключові слова: глобалізація, персоналізація, якість, послуга, демографічні зміни, тенденція, прибуток, криза.

The article is devoted to the generalization of the main trends in the development of the HoReCa (hotel, restaurant, café) sector and hospitality, which make it necessary to apply diversification as a strategy for the development of enterprises. The purpose of the article is to scientifically generalize the diversification factors of hospitality enterprises services and products, which allows to single out strategic directions of its further development in the process of integration and post-crisis recovery. The following research methods were used, namely: theoretical generalization, factor analysis, graphic, analytical, statistical methods. Four global trends in the development of the hotel and restaurant business have been identified, namely: personalization, digitalization, globalization, and visualization. The essential role of demographic changes and aging of the population of the developed countries as a factor in the diversification of hospitality industry services is emphasized. Globalization has created a link between the growing demand for labor in the service sector and labor migration. Gender aspects in the workforce structure of the HoReCa sector were studied and the role of gender inclusiveness for the sustainable development of the industry was determined. It was noted that HoReCa enterprises cooperate with almost all sectors of the economy, therefore they must consider environmental, economic, and social aspects at every stage of interaction with external and internal stakeholders, which causes an additional need to diversify the services and products of the sector. Social and demographic trends, as well as changing societal values and consumer perceptions, are driving the development of new opportunities and products in the hospitality, catering, and tourism industries. It was summarized that the hospitality industry is becoming increasingly broad in terms

of the range of products and services it offers to consumers. Many hotels have turned into complex and multi-functional resorts, in which traditional hospitality is combined with leisure and sports, conferences, congresses, and retail trade.

Keywords: globalization, personalization, quality, service, demographic changes, trend, profit, crisis.

Постановка проблеми. Сьогодні сектор HoReCa охоплює широкий спектр підприємств, які займаються гостинністю та кулінарними послугами. Сюди входять готелі, курорти, ресторани, кафе, бари, компанії громадського харчування та послуги з організації заходів. Сьогодні споживачі прагнуть унікальних вражень, і сектор розвивався, щоб задовольнити ці вимоги, все глибше занурюючись у персоналізовані послуги, інноваційні кулінарні концепції і створюючи захоплююче оточення.

Цифровізація здійснила справжню революцію в секторі HoReCa. Онлайн-бронювання, мобільні програми для замовлення й оплати, а також стратегії цифрового маркетингу стали невід'ємною частиною галузі, підвищуючи зручність для клієнтів і оптимізуючи операції для компаній. Акцент на естетиці також набув актуальності. Візуальна привабливість закладів стала першорядною в секторі. Від дизайну інтер'єру до сервірування столів – заклади зараз зосереджуються на створенні візуально приголомшливих просторів, які захоплюють клієнтів і створюють незабутні враження. У постійно мінливому середовищі гостинності та кулінарної майстерності сектор HoReCa перебуває у стані постійної трансформації та переосмислення досвіду клієнтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тенденції розвитку закладів гостинності знайшли своє відображення в дослідженні ряду вітчизняних та міжнародних науковців. Зокрема, науково-методичні підходи до диференціації послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу розглянули М. Барна та ін. [1], М. Вольперт та ін. [2], Н. Терещук [5]. Становлення та розвиток індустрії гостинності досліджено в статті Г. Тарасюк та ін. [3], еко-тренди готельно-ресторанного бізнесу проаналізовані в [6], питанням соціальної відповідальності українських закладів сфери обслуговування присвячена стаття [4].

Доволі важливим напрямом досліджень залишається проблематика забезпечення інклюзивності послуг. Питання інклюзивно-реабілітаційного туризму в Україні розглянули Л. Безугла та ін. [7]. Значущість забезпечення доступного відпочинку для всіх як тенденції розвитку закладів гостинності відзначає і О. Табенська в роботі [10].

Однак, незважаючи на значний науковий доробок щодо дослідження трендів розвитку готельно-ресторанного бізнесу, все ще недостатньо повно висвітлено питання чинників диверсифікації діяльності підприємств сектору HoReCa. Не викликає сумнівів той факт, що кризові явища, зокрема, пандемія та повномасштабне вторгнення РФ в Україну, змушують заклади індустрії гостинності до глибокої трансформації та адаптації власних бізнес-стратегій на основі диверсифікації, що і обумовило вибір тематики даного дослідження.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в науковому узагальненні чинників диверсифікації послуг та продуктів підприємств індустрії гостинності, що дозволяє виокремити стратегічні напрями її подальшого розвитку в процесі інтеграції та посткризового відновлення.

Виклад основного матеріалу дослідження. У відповідь на зростаючі проблеми з навколишнім середовищем, сектор HoReCa активно підтримує концепцію циркулярності в усіх ланцюгах постачання та принципи сталого розвитку. Заклади прагнуть зменшити свій вуглецевий слід і сприяти відповідальному споживанню: йдеться про доволі широке коло ініціатив – від екологічно чистої упаковки до місцевих інгредієнтів і енергозберігаючих технологій [4].

Злиття кулінарних культур як ніколи актуально для сектору. Сьогодні практикується поєднання кулінарних традицій для створення унікальних гастрономічних вражень. Кухня ф'южн, концепції «від ферми до столу» та різноманітні кулінарні заходи стали визначними трендами, що відображають еволюцію сектора до різноманітності та інклюзивності.

Сьогодні населення світу зростає в середньому на 1,3 відсотка. Очікується, що до 2050 року чисельність населення світу сягне 10,5 мільярда осіб з коефіцієнтом народжуваності від 1,54 до 2,51. Чисельність населення розвинутих економік щорічно збільшується в середньому лише на 0,7%, тоді як високі темпи зростання фіксують в країнах Африки (2,5%), Близького Сходу (2,2%), Південної Азії (1,7%). Очікується, що зростання населення буде вищим в Африці, Азії та



Рис. 1. Основні сучасні напрями розвитку закладів сектору HoReCa

Джерело: узагальнено авторами на основі [1; 10; 11]

Латинській Америці, ніж у Європі та Північній Америці [13; 17].

Населення країн, що розвиваються, буде відносно молодим до 2050 року, але промислово розвинені країни стикаються зі старінням та низьким рівнем народжуваності. У Європі, Японії та Північній Америці кількість людей у віці 65 років і старше зростає швидше, ніж у всіх інших вікових групах. Ці зміни матимуть значний вплив на туристичний ринок, в тому числі і на галузевий ринок праці. Тенденція старіння вплине також на середній вік туристів.

Збільшення середнього віку споживачів із розвинутих країн у поєднанні зі збільшенням частки людей похилого віку, призведе до необхідності для готелів і ресторанів адаптувати приміщення та робочу силу. Споживачі похилого віку потребуватимуть зручностей, інклюзивних просторів, здатних задовольнити їхні очікування щодо обслуговування, якості, спілкування, комфорту та розваг.

Культурні денні та нічні програми, адаптовані для людей похилого віку, можуть стати надзвичайно затребуваними, посилюється також значущість санаторно-курортного лікування та профілактики, що відповідають віковим особливостям населення третього віку. Щоб задовольнити потреби та очікування літніх туристів, знадобиться навчання та розвиток навичок працівників, а базова підготовка з надання першої допомоги може стати значною перевагою. Це особливо актуально для жінок, які протягом тривалого часу асоціювались із виконанням функції догляду, тому з точки зору гендерної інклюзії потрібно буде

додаткове навчання та розуміння потреб людей похилого віку в структурі споживачів сектору HoReCa [14].

Демографічні зміни мають серйозні наслідки — не лише для планування ринку праці, освіти та навчання в індустрії гостинності, але, як наслідок, для характеру та культури послуг гостинності та їх надання, особливо в розвинених країнах. Зокрема, цей вплив стосуватиметься культури на робочому місці, маркетингу туристичного досвіду, характеру, організації і змісту освіти та професійної підготовки для сфери гостинності.

Цю проблему вже відчують у Японії, де 29% населення старші за 65 років (в Україні – 17%). Японія за середнім віком – найстаріша країна світу через високу тривалість життя, закриту міграційну політику та падіння народжуваності.

Старіння населення тягне за собою і кадрові проблеми. Дослідження міжнародної кадрової корпорації ManPowerGroup показало, що на хвилі відновлення світової економіки компанії з 15 країн Євросоюзу та Північної Америки мають найбільшу кількість вакантних робочих місць з 1962 року, а сім з десяти компаній зіткнулися з труднощами при пошуку працівників [17; 18]. Глобалізація створила зв'язок між зростаючим попитом на робочу силу в туристичному секторі та трудовою міграцією. Трудова міграція, якщо її правильно регулювати, може допомогти заповнити дефіцит робочої сили як у висококваліфікованих, так і в низькокваліфікованих частинах ринку, омолодити населення та підвищити ефективність

Відсоток людей віком 65+, прогноз до 2050 року

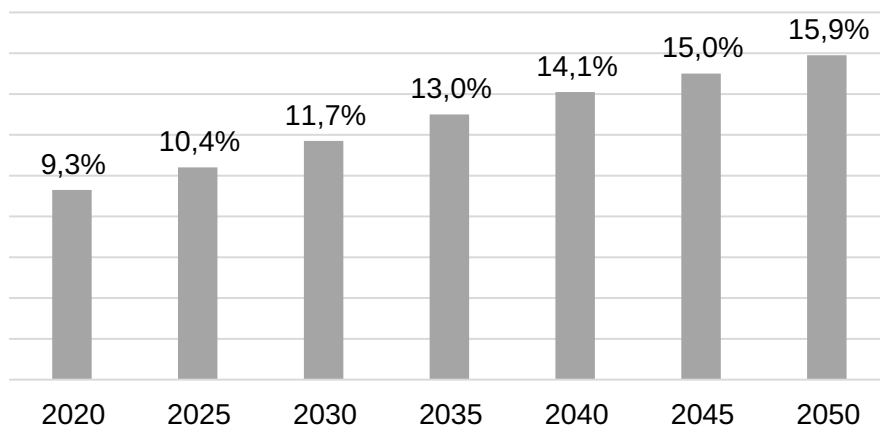


Рис. 2. Відсоток населення віком 65+ у світі, прогноз ООН до 2050 р.

Джерело: узагальнено авторами на основі [17]

ринку праці, а також сприяти підприємству, динамізму та різноманітності в країнах призначення та походження. Розвиток туристичних продуктів, забезпечення робочою силою та культурне збагачення є подальшими позитивними результатами міграції. Трудові мігранти можуть принести нові навички та знання в країни призначення, що може зробити компанії більш конкурентоспроможними, допомагаючи країні розвиватися. У результаті мігранти можуть привезти нові навички, знання та досвід гідної роботи назад у свої країни походження та поділитися ними з місцевими колегами та організаціями.

Згідно із дослідженням ООН щодо трудової міграції [18], у 2050 році чотири найбільші країни ЄС (Франція, Німеччина, Італія та Велика Британія), на які припадає 88% іммігрантів із ЄС потребуватимуть 677 тисяч іммігрантів на рік. У 2019 році в готелях і ресторанах на трудових мігрантів припадало близько 30% робочих місць у Швейцарії та 27% – у Німеччині. Нажаль, у секторі HoReCa незадекларована праця є доволі поширеним явищем, що призводить до тіньового працевлаштування іноземних працівників, часто із нелегальним статусом. Нерегулярний статус робить працівників вразливими до небезпечного робочого середовища, незахищеності та ненормованого робочого дня. Багато трудових мігрантів у секторі HoReCa страждають від поганих умов праці та життя, їм платять нижчу заробітну плату, вони працюють в менш безпечному та сприятливому робочому середовищі, ніж місцеві працівники. Жінки з нелегальним статусом особливо враз-

ливі, оскільки їм також загрожує сексуальна експлуатація.

Інтеграція ґендерної проблематики до порядку денного ряду міжнародних організацій, в тому числі Єврокомісії, ООН, ЮНВТО, а також впровадження заходів щодо ґендерної рівності мають важливе значення для того, щоб сектор HoReCa сприяв досягненню Цілей сталого розвитку (ЦСР), зокрема ЦСР 5 (ґендерна рівність і розширення можливостей усіх жінок і дівчат) і ЦСР 8 (повна та продуктивна зайнятість та гідна робота для всіх). Якщо говорити конкретно про туризм, то слід особливо відмітити план дій, розроблений у Глобальному звіті про жінок у туризмі, а також брошуру «Equality means business» [14]. Як показав вплив пандемії COVID-19, досягнення у сфері ґендерної рівності та розширення економічних можливостей жінок можуть бути легко втрачені, якщо вони не впроваджені в діяльність приватного сектору. Переваги просування ґендерної рівності для підприємств сфери гостинності посилюються завдяки високій частці жінок, які працюють у цьому секторі, і великій кількості підприємств, якими володіють жінки. Під час реалізації ґендерної інклюзивної стратегії компаніям важливо брати до уваги все чинне законодавство країни або території, на якій вони працюють. Наприклад, в Європейському регіоні важливим документом в сфері ґендерних прав стала Стамбульська конвенція [15], ратифікована Україною в 2022 році (Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами). Ще одна важлива ініціатива в

цій сфері – Принципи розширення прав і можливостей жінок (Women's Empowerment Principles – WEPs) ООН, прийняті в 2021 році [16]. Ці рекомендації призначені для підтримки туристичних підприємств приватного сектору всіх типів і розмірів у досягненні ефективних і послідовних стратегій і програм для забезпечення гендерної рівності в рамках їх діяльності.

Важливим є те, що компанії HoReCa повинні взяти до уваги способи боротьби з усіма формами дискримінації та бути обізнаними про те, як жінки в туристичному секторі можуть зазнавати множинних і пересічних форм дискримінації на основі різних факторів, таких як вік, етнічна приналежність, інвалідність, сексуальна орієнтація та гендерна ідентичність. Жінки широко залучені до ринку праці індустрії гостинності. Однак, на жаль, вони все ще надмірно представлені в низькокваліфікованих і низькооплачуваних сферах [12; 18]. Іншим варіантом вирішення цієї проблеми може бути використання принципів, що містяться в Конвенції Міжнародної організації праці про умови роботи для готелів і ресторанів. Ця конвенція спрямована на встановлення загальних стандартів щодо умов праці, які застосовуються до готелів, ресторанів та подібних закладів, щоб країни, які її ратифікували, могли прийняти відповідні національні закони.

Завдяки новим технологіям, соціальним мережам та рейтингам клієнти мають можливість ділитися інформацією та досліджувати нові напрями, інформувати про якість обслуговування в готелях і ресторанах, звертати увагу на екологічні і соціальні аспекти. Низка готелів (наприклад, Marriott Hotels and Resorts, Ritz Carlton Hotels, Hyatt Hotels and Resorts) зміцнили імідж свого бренду та безпосередньо спілкуються зі своїми клієнтами саме за допомогою соціальних мереж та рейтингових агенцій.

Ефективна та високошвидкісна інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій (тут і далі – ІКТ) і програмне забезпечення в індустрії HoReCa є вирішальними для розвитку гостинності. ІКТ дозволяють об'єднати зв'язки між клієнтами та управління ланцюгом постачання в єдине джерело, що полегшує різноманітні операції – вибір продукту, замовлення, виконання, відстеження, оплату та звітність – які можна виконувати за допомогою одного простого у використанні інструменту. ІКТ зрештою скорочують витрати, дозволяючи постачальнику пере-

бувати в прямому контакті зі споживачем, а також впливають на зайнятість через необхідність обслуговування обладнання.

Керівництво туристичних компаній сектору використовує ІКТ для виконання ряду завдань, які підвищують ефективність працівників на робочому місці, зокрема онлайн-бронювання. Передбачається, що скорочення персоналу в зонах (наприклад, у офісах готелю), де традиційно відбувалася робота, матиме наслідки для економії коштів. Решта робочої сили має працювати з новими технологіями, наприклад, вводити замовлення споживачів у портативні пристрої на додаток до традиційних завдань (обслуговування або бронювання). Такі зміни створюють потребу в навичках багатозадачності, що, у свою чергу, призводить до необхідних коригувань програм навчання.

Ще однією важливою тенденцією розвитку сектору HoReCa є дотримання концепції сталого розвитку. Відновлювані джерела енергії, чисте біопаливо та перевірка будівель можуть призвести до значного скорочення викидів. Проєкт Hotel Energy Solutions, започаткований ще у 2007 році ЮНВТО, спрямований на адаптацію бізнесу до мінливих кліматичних умов, пом'якшення викидів двоокису вуглецю та підтримку інвестицій в енергоефективні та відновлювані джерела енергії. Він допомагає малим і середнім підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність і сталість, а також надає інформацію про дослідження та інновації для розробки нових продуктів постачальниками технологій [6; 10].

Більше того, клієнти все більше турбуються про навколишнє середовище, особливо про використання продуктів з меншим вмістом вуглецю, і шукають екологічні туристичні пакети, які включають визнання соціальних та екологічних проблем, послуг «зеленого» туризму. Дослідження показують, що споживачі готові витратити більше на відпустку, якщо вони впевнені, що працівникам у цьому секторі гарантовані етичні умови праці.

Слід зазначити, що підприємства HoReCa співпрацюють практично з усіма секторами економіки, тому вони мають враховувати екологічні, економічні та соціальні аспекти на кожному етапі взаємодії із зовнішніми та внутрішніми зацікавленими сторонами. Прикладом важливого для готельно-ресторанних підприємств керівництва є стандарт ISO/TS 26030 Соціальна відповідальність і сталий розвиток – Керівництво щодо використання ISO 26000 у харчовому ланцюгу [8].

Цей стандарт містить вказівки щодо того, як організація в харчовому виробничому ланцюгу може зробити внесок у сталий розвиток, враховуючи всі місцеві закони, нормативні акти та очікування зацікавлених сторін. Це допомагає таким організаціям, як харчові заводи, ферми, кооперативи, підприємства роздрібною торгівлі, незалежно від їх розміру чи місця розташування, розробити перелік заходів, які допоможуть їм бути більш соціально відповідальними.

Важливість дотримання позицій сталого розвитку в ресторанній індустрії підкреслює і Jesper Efferbach, дизайнер, інфлюенсер і консультант Jeff&Co, Данія: «Походження та вирощування їжі сьогодні так само важливі, як і взаємодія з персоналом. Гарна атмосфера в ресторані це така ж необхідність, як і інформація про походження інгредієнтів. Вегетаріанські та веганські продукти й страви сьогодні переживають тенденцію до зростання та відносяться до позицій сталого розвитку» [9; 4].

Усі сектори сучасної індустрії гостинності є динамічними та підлягають постійним змінам та еволюції. І хоча динамічні зміни не є чимось новим для галузі, і їх можна відзначити протягом недавньої історії – прикладами можуть бути бум ресторанів швидкого харчування, створення перших стандартизованих мережевих готелів, зростання економічних брендів у сфері розміщення та авіатранспорту, тощо. За останнє десятиліття зміни стали особливо важливими щодо асортименту продуктів і послуг, які пропонуються в готелях і ресторанах, і вони, у свою чергу, мали значний вплив на практику та відносини на робочому місці. Ключові зміни в цьому середовищі включали: збільшення уваги до фінансової та операційної конкурентоспроможності в рамках формалізованого, часто багатонаціонального сектора, як на рівні бізнесу, так і на рівні дестинації; проблеми щодо узгодженості національних і міжнародних стандартів, що стосуються діяльності, обслуговування, зайнятості та етики; і збереження важливості малих і середніх підприємств у секторі в усіх країнах.

Урізноманітнюють також бренди в сфері харчування. Навіть традиційний McDonald's трансформує свою концепцію, незважаючи на те, що лідирує у світовому секторі громадського харчування майже 65 років. Компанія відкрила в Лондоні перший ресторан, який готує лише на винос, використовуючи успіх у сфері цифрових замовлень для доставки.

Останніми роками на тлі буму доставки в центрі уваги більшості підприємств гостин-

ності стало питання ефективного використання кухонних потужностей. Частково це призвело до появи віртуальних брендів як способу створити більшу присутність в Інтернеті та урізноманітнити пропозиції на тій же кухні, що й ресторан із повним набором послуг. Віртуальними брендами користуються не лише великі компанії, а й невеликий бізнес.

Оскільки споживачі сьогодні очікують висококваліфікованих і мотивованих співробітників, постійне навчання та розвиток навичок необхідні та очікуються в усіх сферах сектора. Розвиток здібностей працівників через якісну освіту, навчання, різноманітні навички та вплив навчання впродовж життя є настільки ж важливими для допомоги працівникам у пошуку хорошої роботи, як і для підприємств у пошуку компетентних працівників, які можуть задовольнити запити споживачів. Крім того, попит з боку інших галузей економіки, які пропонують кращі умови праці, може сприяти мобільності та бути однією з причин високої плинності кадрів у галузі.

Висновки. Індустрія гостинності стає все більш широкою з точки зору асортименту продуктів і послуг, які вона пропонує своїм споживачам. Багато готелів перетворилися на комплексні та багатофункціональні курорти, в яких традиційна гостинність поєднується з дозволами та спортом, конференціями, конгресами, роздрібною торгівлею.

На диверсифікацію та нові продукти сфери гостинності значною мірою впливають демографічні зміни. На європейському рівні спостерігається зростаюча тенденція до нових і гібридних професій, що відображає природу нових продуктів, які пропонує ринок, і зростаючу роль ІКТ. В результаті таких змін покоління краще поінформованих і технологічно грамотних споживачів може отримати вигоду від ІКТ, які дозволяють знаходити більш стійкі та екологічно чисті пропозиції сектору HoReCa. На основі такої поведінки попит на зелені продукти та послуги також продовжуватиме зростати. Зміна поколінь вплинула на доступ до інформації та її використання. Споживачі висувають свої вимоги більш терміново та очікують зручності та швидкої в будь-який час і в будь-якому місці. Це змушує заклади гостинності впроваджувати все більш жорсткі норми контролю якості. Соціальні та демографічні тенденції, а також зміна цінностей у суспільстві та сприйняття споживачів сприяють розвитку нових можливостей і продуктів у готельній індустрії, громадському харчуванні та туризмі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Барна М. Ю., Салімон О. М., Сидоренко Т. М. Науково-методичні підходи до диференціації послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69). № 5. С. 164170. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-5-58>
2. Вольперт М. В., Шмадченко П. В., Жихор О. Б. Аналіз та напрями вдосконалення фірмового стилю ресторану «Наша дача». *Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія Економіка*. 2022. Вип. 1 (59). С. 7378. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2022.1\(59\).73-78](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2022.1(59).73-78)
3. Тарасюк Г. М., П'янков В. С. Індустрія гостинності України: становлення та розвиток. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2022. Вип. 43. С. 140143. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-43-24>
4. Белобородова М. В. Соціальна відповідальність закладів індустрії гостинності в Україні: ретроспективний аналіз. *Економічні горизонти*. 2023. № 3(25). С. 36–46. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/286654>
5. Терещук Н. В. Методологічні основи розвитку сервісології в ресторанному господарстві. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2021. № 1–2 (3–4). С. 75–83. URL: <http://itsf.chdtu.edu.ua/article/view/242686>
6. Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А. Еко-тренд в сфері гостинності: економічні та соціальні аспекти. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7904> DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.82>
7. Безугла Л. С., Белобородова М. В., Герасименко Т. В. Формування інклюзивно-реабілітаційного туризму в Україні. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. № 2 (6). С. 2025. URL: <http://www.journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/64>
8. ISO/TS 26030:2019 Social responsibility and sustainable development – Guidance on using ISO 26000:2010 in the food chain. URL: <https://www.iso.org/standard/71624.html>
9. Online Event “HoReCa”: Food trends, emotional customer loyalty and sustainability are future topics. URL: <https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/en/press/press-releases/ambiente/online-event-horeca-review.html>
10. Табенська О. І. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. *Інтелект XXI*. 2022. № 2. С. 51–56. <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2022-2.10>
11. Ніколайчук О. А. Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах Covid-19. *Вісник ХНУ ім. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. Випуск 13. С. 108114. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-11>
12. World Tourism Organization. Framework Convention on Tourism Ethics. 2020. Madrid. 32 p. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421671>
13. UN General Assembly. Eradication of poverty and other development issues. 14 December 2022. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/Resolution_A_RES_77_178_ENG.pdf?VersionId=jfpCQCnhCVjH1bgRISHnxYi.CISVfMKe
14. UN Women. Equality Means Business. URL: <https://www.weps.org/resource/equality-means-business-weps-brochure>
15. Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами (Стамбульська конвенція). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_001-11#Text
16. World Tourism Organization. Gender-inclusive Strategy for Tourism Businesses. 2022. Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423262>
17. Мірошніченко Б. Населення Землі швидко старіє, не вистачає працівників. Чи готова до цього світова економіка і що чекає на Україну? Економічна правда. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/01/26/681778/>
18. International Organization for Migration (IOM). Mapping risks to migrant workers in supply chains in Europe: Case studies and best practices from the agriculture, food-processing, manufacturing and hospitality sectors. 2022. IOM, Geneva. URL: <https://eea.iom.int/sites/g/files/tmzbd1666/files/documents/Mapping-Risks-to-Migrant-Works-in-Europe.pdf>

REFERENCES:

1. Barna, M., Salimon, O., Sydorenko, T. (2019). Naukovo-metodychni pidkhody do dyferentsiatsiyi posluh pidpryyemstv hotel'no-restorannoho biznesu [Scientific and methodical approaches to the differentiation of services of hotel and restaurant business enterprises]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernads'koho. Seriya: Ekonomika i upravlinnya*, 30 (69), no. 5, 164170. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-5-58> [in Ukrainian]

2. Vol'pert, M., Shmadchenko, P., Zhykhor, O. (2022). Analiz ta napryamy vdoskonalennya firmovoho stylu restoranu «Nasha dacha» [Analysis and directions for improvement of the corporate style of the restaurant "Nasha dacha"]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho Universytetu. Seriya Ekonomika*, 1 (59), 7378. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2022.1\(59\).73-78](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2022.1(59).73-78) [in Ukrainian]
3. Tarasyuk, H., P'yankov, V. (2022). Industriya hostynnosti Ukrayiny: stanovlennya ta rozvytok [The hospitality industry of Ukraine: formation and development]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*, 43, 140143. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-43-24> [in Ukrainian]
4. Bieloborodova, M. (2023). Sotsial'na vidpovidal'nist' zakladiv industriyi hostynnosti v Ukrayini: retrospektyvnyy analiz [Social responsibility of hospitality industry in Ukraine: a retrospective analysis]. *Ekonomichni horyzonty*, 3(25), 3646. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/286654> [in Ukrainian]
5. Tereshchuk, N. (2021). Metodolohichni osnovy rozvytku servisohiyi v restorannomu hospodarstvi [Methodological foundations of the development of serviceology in the restaurant industry]. *Innovatsiyi ta tekhnolohiyi v sferi posluh i kharchuvannya*, 1–2 (3–4), 75–83. URL: <http://itsf.chdtu.edu.ua/article/view/242686> [in Ukrainian]
6. Abramova, A., Myroshnyk, Yu. (2020). Eko-trend v sferi hostynnosti: ekonomichni ta sotsial'ni aspekty [Eco-trend in hospitality: economic and social aspects]. *Efektivna ekonomika*, 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7904> DOI: 10.32702/2307-2105-2020.5.82 [in Ukrainian]
7. Bezuhla, L., Bieloborodova, M., and Herasymenko, T. (2022). Formuvannya inklyuzyvno-reabilitatsynoho turyzmu v Ukrayini [Formation of inclusive rehabilitation tourism in Ukraine]. *Innovatsiyi ta tekhnolohiyi v sferi posluh i kharchuvannya*, 2 (6), 20–25. URL: <http://www.journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/64> [in Ukrainian]
8. ISO/TS 26030:2019 Social responsibility and sustainable development – Guidance on using ISO 26000:2010 in the food chain. URL: <https://www.iso.org/standard/71624.html>
9. Online Event "HoReCa": Food trends, emotional customer loyalty and sustainability are future topics. URL: <https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/en/press/press-releases/ambiente/online-event-horeca-review.html>
10. Tabens'ka, O. (2022). Suchasni tendentsiyi rozvytku industriyi hostynnosti [Modern trends in the development of the hospitality industry]. *Intelekt XXI*, 2, 51–56. <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2022-2.10> [in Ukrainian]
11. Nikolaychuk, O. (2021). Trendy rozvytku vitchyznyanoi industriyi hostynnosti v umovakh Covid-19 [Development trends of the domestic hospitality industry in the conditions of Covid-19]. *Visnyk KHNU im. Karazina. Seriya «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krayinoznavstvo. Turyzm*, 13, 108114. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-11> [in Ukrainian]
12. World Tourism Organization (2020). Framework Convention on Tourism Ethics, Madrid, 32 p. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421671>
13. UN General Assembly (2022). Eradication of poverty and other development issues. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/Resolution_A_RES_77_178_ENG.pdf?VersionId=jfpcQCnhCVjH1bgRISHnxYi.CISVFMke
14. UN Women. Equality Means Business. URL: <https://www.weps.org/resource/equality-means-business-weps-brochure>
15. Konventsyya Rady Yevropy pro zapobihannya nasyl'stvu stosovno zhinok i domash'omu nasyl'stvu ta borot'bu iz tsymy yavyshchamy (Stambul's'ka konventsyya) [Council of Europe Convention on preventing and combating violence against women and domestic violence (Istanbul Convention)]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_001-11#Text [in Ukrainian]
16. World Tourism Organization (2022). Gender-inclusive Strategy for Tourism Businesses, Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423262>
17. Miroshnichenko, B. (2022). Naselennya Zemli shvydko stariye, ne vystachaye pratsivnykiv. Chy hotova do ts'oho svitova ekonomika i shcho chekaye na Ukrayinu? [The population of the Earth is rapidly aging, there is not enough workers. Is the world economy ready for this and what awaits Ukraine?]. *Ekonomichna pravda*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/01/26/681778/> [in Ukrainian]
18. International Organization for Migration (IOM) (2022) Mapping risks to migrant workers in supply chains in Europe: Case studies and best practices from the agriculture, food-processing, manufacturing and hospitality sectors. IOM, Geneva. URL: <https://eea.iom.int/sites/g/files/tmzbdl666/files/documents/Mapping-Risks-to-Migrant-Works-in-Europe.pdf>