

створення необхідної інфраструктури; кількість подібних хуторів може бути збільшена залежно від потреби в агротуристичних послугах;

– створення хуторів за рахунок залучення місцевих фермерів або охочих стати такими шляхом виділення ним певної ділянки землі на правах довгострокової оренди, надання субсидій на розвиток господарства.

2. Будівництво великих і середніх приватних туристських об'єктів в сільській місцевості: «туристських сіл», культурно-етнографічних центрів, «VIP-селищ».

3. Використання вільного або умовно вільного житлового фонду (за його наявністю), який спочатку не створювався як готелі, але міг би бути переобладнаний в засоби розміщення для туристів. В даному випадку також можливе залучення як великих інвесторів для створення цілого комплексу, так і фермерів-індивідуалів для освоєння наявних ресурсів з можливістю використання програм підтримки фермерів у вигляді дотацій і субсидій, а також пільгового оподаткування.

Отже, врахування закордонного досвіду і комплексний підхід до створення програм розвитку агротуризму в Україні за умов забезпечення цих програм необхідними коштами дасть можливість з великою користю використати туристсько-рекреаційний потенціал кожного регіону України, зберегти і примножити його і підвищити привабливість країни на міжнародному ринку туристських послуг.

Л.М. Яцун, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

А. Флагстад, проф. (*Вища школа менеджменту, Осло, Норвегія*)

О.А. Сущенко, д-р екон. наук, проф. (*ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків*)

МОДЕЛІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЯХ

Харчування людини є одним із основних каналів спілкування з природою і стало предметом вивчення як точних, так і гуманітарних наук. Історія харчування пам'ятає свої власні «революції» і переходить від пасивної залежності від природи (збирання лісових дарів, мисливства та рибальства) до активного її перетворення (використання вогнища, приручення свійських тварин, вирощування їстівних рослин) та надмірного втручання в природу (генної інженерії, клонування, створення штучних продуктів харчування). В еволюції харчування можна виділити декілька періодів з притаманними їм уявами,

можливостями та традиціями харчування – давня історія явила нам споконвічне жито, редьку, рибу та дичину, видатні географічні відкриття людства середніх віків пов'язані з відкриттям нових видів їжі, плодів, овочів, спецій, які сьогодні вважаються традиційними на нашому столі – картопля, огірки, томати, олія, гарбуз, кукурудза. Новітня історія, міжнародна інтеграція та глобалізація привнесли в наше повсякденне харчування банани, гамбургери, кока-колу, піцу та безліч інших продуктів і послуг харчування практично зі всіх куточків світу. Феномен туризму подолав державні кордони і зробив доступними для людини практично всі культурно-історичні цінності, рекреаційні, а також і кулінарні можливості народів.

Прагнення мандрівників подолати простір і час призвели до міграції не лише величезних потоків туристів із однієї країни в іншу, але і до взаємного зустрічного переміщення інформації, товарів та послуг (культури, традицій, їжі, розваг, видів відпочинку). Мандрували назустріч один одному разом із людьми продуктів харчування, страви, кулінарні звички, зародилось ресторанне господарство, люди почали виділяти із кожної місцевості, народності та континенту найбільш смачні, цінні та корисні продукти і страви, формуючи інтернаціональні підходи, правила та етику приготування і споживання їжі, багато із яких сьогодні стали загальноновизнаними шедеврами.

Незважаючи на прадавність харчування, величезні досягнення науки, якогось єдиного пануючого погляду на харчування ще не сформовано і всі відомі теорії харчування від древніх до новітніх співіснують, конкуруючи та уживаючись між собою, породжуючи різноманітні моделі харчування.

Дослідження теоретичних та практичних проблем харчування туристів та ресторанного господарства науковими школами охоплює широке коло наукових завдань: вивчення потреб та попиту на продукти і послуги харчування, розробку нових та відтворення забутих технологій приготування їжі, наукове обґрунтування форм організації харчування окремих груп туристів, розробку та впровадження ефективних форм обслуговування, економічних проблем ресторанного господарства. Поряд зі значними досягненнями традиційних наук пов'язаних зі здоров'ям та харчуванням (фізіологів, медиків, хіміків), нових напрямків наук, таких як валеологія, еніологія, синергетика, практиків ресторанної справи, а також настанови релігії, народної медицини, езо терики, питання вибору їжі, прийняття рішень щодо харчування як туристів, так і людини взагалі залишаються відкритими.

Проведені дослідження показують, що харчування населення країн світу суттєво розрізняється як за кількістю, так і структурою раціону, проявом впливу на здоров'я, тривалість та якість життя нації, формування протилежних типів харчування (переважне споживання їжі рослинного чи тваринного походження). Незважаючи на прямий аксіоматичний зв'язок харчування та здоров'я, численні наукові дослідження вчених різних країн та часів статистично не виявили суттєвої залежності тривалості життя від переважання рослинного чи тваринного типу харчування, вегетаріанства, дотримання релігійних постів, голодування, певних дієт та інших чинників. Це свідчить про глибину та складність харчової поведінки людини, під якою розуміється ціннісне відношення до їжі, стереотип харчування як у звичайних умовах, так і у стані емоційного відхилення. Фахівці виокремлюють як гармонійну (адекватну) харчову поведінку індивідууму, так і девіантну, відхилену від істинних потреб, що обумовлено значною мірою емоційним станом туристів. Рекомендовані фізіологічні норми та дієти важко втілюються в практичний побут і залишаються більше абстракцією, умовною рекомендацією, аніж ефективним практичним механізмом здорового харчування, тим більше харчування під час подорожі. Екологічні, кліматичні, демографічні, політичні, економічні зміни, глобальні перетворення навколишнього середовища та умов життєдіяльності людини спонукають постійно переглядати теоретичні та практичні підходи до формування моделей і організаційних форм харчування, управляти харчовою поведінкою окремих груп туристів, використовуючи не лише економічні методи раціонального вибору максимальної корисності, але й психологічні дослідження ірраціональної поведінки споживачів.

В основі харчової поведінки будь-якого споживача і туристів зокрема лежать потреби, які формують попит на продукцію та послуги, харчування, склад, обсяги та структура яких розрізняються у різних народів, груп населення, знаходяться під впливом широкого кола чинників, змінюються в часі та просторі. Спроби теоретиків та практиків розробити певну інтегральну модель правильного харчування постійно намагаються на все нові обставини, відхилення від конкретних рекомендацій та виявлення нових неврахованих чинників, оскільки розширюються як самі потреби, так і можливості надання послуг харчування. В процесі харчування задовільняються не лише первинні потреби біологічного, фізіологічного характеру, але і потреби вищих рівнів – соціальні, пізнавальні, рекреаційні, психологічні, які особливо концентровано проявляються під час

подорожі чи відпочинку. За даними наших досліджень лише 8% туристів дотримуються своїх постійних звичок харчування під час подорожі, а більшість із них практично не відмовляє собі у додатковому харчуванні, напоях та сервісі, кількість спожитої їжі збільшується залежно від туру на 20–50% порівняно зі звичайним раціоном. Підвищена споживча активність щодо споживання їжі під час подорожі пояснюється багатьма причинами – як об’єктивним зростанням фізичного навантаження, так і емоційними збудженнями, додатковою пропозицією послуг, збільшенням грошових витрат, зростанням інтересу до нових вражень та смаків тощо.

Змінам потреб та попиту туристів на продукцію і послуги харчування під час подорожі має відповідати адекватна пропозиція від закладів ресторанного господарства, що стає особливо актуальним при формуванні стратегій розвитку туризму, розробці регіональних програм, створенні локальних туристських кластерів, ресторанної інфраструктури в рекреаційних зонах тощо. Науково-практичні рекомендації щодо формування ресторанної інфраструктури туристського комплексу обмежуються лише окремими відомчими нормами проектування закладів харчування в готелях, санаторіях, парках та зонах відпочинку, які потребують перегляду та доопрацювання, розробки перспективних планів розвитку та розміщення мережі закладів ресторанного господарства в населених пунктах різних функціональних типів, які суттєво розрізняються за інтенсивністю туристичного навантаження на територію. Існуючі заклади ресторанного господарства, їх типи, спеціалізація, форми та методи обслуговування не завжди відповідають тематиці, архітектурі та дизайну туристських об’єктів.

Формування моделей ресторанної інфраструктури в туристських дестинаціях доцільно здійснювати за напрямками:

- використання кулінарних традицій в концепціях закладів ресторанного господарства (тематика, стиль, дизайн, форми та методи обслуговування);
- розміщення ресторанів у складі туркомплексів (стилізація ресторанів під дестинацію, інсценізовані прийоми, бенкети);
- формування спеціалізованих зон обслуговування (поєднання закладів культури, розваг, торгівлі);
- тематичні кулінарні фестивалі, конкурси, гуляння (свята врожаю, пива, молодого вина, бринзи, овочеві фестивалі тощо);
- швидке харчування туристів з елементами національної кухні (формування національних брендів швидкого харчування);

– комплексний маркетинг закладів туризму, культури та ресторанного господарства (тематичні парки, музеї, палаци, рекреаційні зони, кластери);

– організація кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням переваг місцевої сировини та продуктів харчування;

– оздоровчі види харчування в санаторно-курортних комплексах, дитяче та дієтичне харчування тощо;

– харчування в сільських садибах зеленого туризму (органічні продукти, ґрунтові овочі, домашня птиця, молоко, фрукти тощо).

Практичне втілення зазначених форм організації харчування в туризмі має розпочинатись з розробки регіональних програм розвитку туризму, громадсько-державної експертизи проектів з метою комплексного залучення турсресурсів, джерел інвестування та інтересів зацікавлених сторін: туристів, турфірм, ресторанів, громади, суспільства.