

Отже, вербальні комунікації у сфері туризму – це важливий маркетинговий інструмент, що сприяє залученню клієнтів, допомагає переконати їх у вигідності обраного туристичного напрямку чи послуги, забезпечує взаємодію відповідного персоналу з туристами, дозволяє останнім ефективно використовувати надану їм інформацію, одержувати позитивне враження про подорож та оперативно вирішувати проблеми, що виникають у процесі її здійснення.

Література:

1. Гребінська С.І., Янковська Г.В. Бренд-орієнтована система управління маркетинговими комунікаціями підприємств готельного господарства. *Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти* : монографія / за заг. ред. Є.В. Ромата та С.В. Смеричевського. Київ : Студцентр, 2021. С. 224-233.
2. Телетов А.С., Телетова С.Г. Лингвистический аспект в рекламном менеджменте. *Механізм регулювання економіки*. 2006. № 3. С. 113-121.
3. Телетов О.С., Телетова С.Г. Неймінг у системі управління комунікаціями: маркетинговий та лінгвістичний аспекти. *European scientific discussions*. Rome, 2021, pp. 620-627.
4. Телетов О.С., Телетова С.Г. Роль вербальних комунікацій у створенні та просуванні брендів. *Marketing of innovations. Innovations in marketing* : Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2021). Bielsko-Biala : WSEH, 2021. С. 65-68.

ЕВОЛЮЦІЯ ТА ЧИННИКИ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ

Яцун Л.М., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8576-2543>

Румянцева Н., доктор філософії, професор,
Університет Гринвіча, м. Лондон, Велика Британія

Харчування людини є одним із основних каналів спілкування з природою і предметом вивчення як точних, так і гуманітарних наук. Історія харчування пам'ятає переходи 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 пшучних продуктів харчування). В еволюції харчування виділяють декілька

періодів з притаманними їм уявами, можливостями та традиціями харчування – древня історія відкрила нам 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 продукти 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 загально визнаними шедеврами.

Незважаючи на прадавність харчування, величезні досягнення науки, 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 ДБТУ 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), практиків ресторанної справи, а також настанови релігії, народної медицини, питання вибору їжі, прийняття рішень щодо харчування як туристів, так і людини взагалі залишаються відкритими.

Дослідження показують, що харчування населення країн світу суттєво розрізняється як за кількістю, так і структурою раціону, проявом впливу на здоров'я, тривалістю та якістю життя нації, формуванням протилежних типів харчування (переважне споживання їжі рослинного чи тваринного походження). Незважаючи на 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. Фізіологи та менеджери 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 побуті та в туризмі і залишаються більше абстракцією, умовною рекомендацією, аніж ефективним практичним механізмом здорового харчування, тим більше під час подорожі, що вимагає дослідження та додаткових рекомендацій щодо організації харчування різних груп туристів фахівцями з менеджменту.

УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАННИМ СЕРВІСОМ ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Яцун А.М., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8576-2543>

Сало Я., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

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.