МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

ЛЯХОВСЬКА ОЛЬГА СЕРГІЇВНА

УДК 379.857 649.9

КУЛЬТУРА СЕРВІСУ В КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ

26.00.01 – теорія й історія культури

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата культурології

Київ – 2014

Дисертація є рукопис

Робота виконана в Київському національному університеті культури і мистецтв Міністерства культури України, м. Київ.

Науковий керівник – кандидат історичних наук, доцент **Русавська Валентина Андріївна,** Київський національний університет культури і мистецтв, професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу.

Офіційні опоненти:
доктор географічних наук, професор **Смирнов Ігор Георгійович,** Київський національний університет імені Тараса Шевченка, професор кафедри країнознавства та туризму;

кандидат педагогічних наук, професор **Виткалов Володимир Григорович,** Рівненський державний гуманітарний університет, завідувач кафедри культурології.

Захист відбудеться «1» липня 2014 р. о 14[00] годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.807.02 у Київському національному університеті культури і мистецтв (01601, м. Київ, вул. Шорса, 36, ауд. 209).

З дисертацією можна ознайомитись у науковій бібліотеці Київського національного університету культури і мистецтв (01601, м. Київ, вул. Шорса, 36)

Автореферат розісланий «31» травня 2014 р

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради В. О. Стрельчук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. За останніми даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) кількість міжнародних туристичних відвідувань (arrivels) за 2012 р. сягнула одного мільярда, а за дев'ять місяців 2013 р. цей показник уже становив 845 млн., що дає підстави очікувати перевищення досягнень попереднього року на 4-5%. Двадцять мільйонів з них – це туристи, які обрали круїзні подорожі. Основним постачальником таких туристів залишається Північна Америка (майже 12 млн. осіб). Серед європейських туристів, у числі яких понад 6 млн. скористалися круїзами, лідирують британці – біля 2 млн., понад 1,5 млн. – німці, третю позицію посідає Італія, четверту – Іспанія, на п'ятому місці французи. За прогнозами ВТО в 2017 р. у світі налічуватиметься 24 млн. круїзних туристів. Привабливість круїзного туризму в тому, що він дає можливість поєднати комфортний відпочинок з різноманітними розвагами, ознайомленням із культурою країн, які відвідують під час подорожі.

Україна останніми роками намагається відродити круїзний туризм у своїх акваторіях, зокрема в Чорному морі. Було здійснено кілька спроб поновити популярний ще за радянських часів круїз за Кримсько-Кавказькою лінією. Певні досягнення мали місце в реалізації планів країни ввійти до міжнародних круїзних маршрутів. На жаль, анексія Криму Росією призвела до ускладнення в цій справі. Незважаючи на несприятливу геополітичну ситуацію в регіоні, Україна може стати конкурентоспроможним суб'єктом на ринку круїзного туризму за умови чіткого визначення цільових сегментів і своїх конкурентних переваг. Тому невипадково, що до цього виду туризму прикута увага дослідників – О. Бакаєва, М. Біржакова, І. Голубкової, Н. Логунової, Ю. Михайлової, І. Смирнова та ін. Публікації вітчизняних фахівців сфери туризму (Є. Самарцев) і працівників сфери морських перевезень (М. Павлюк) свідчать про гострі проблеми, що нині характерні для України. Серед найбільш важливих, про які на сторінках вітчизняних ЗМІ точиться жвава дискусія, є питання щодо належного рівня культури сервісу. Останніми роками саме за цією ознакою відбувається диференціація всередині основних категорій круїзів. Водночас аналіз літератури з теми дослідження засвідчує нерозробленість вітчизняною наукою проблеми культури сервісу в круїзному туризмі, що й обумовлює актуальність теми дисертаційного дослідження «Культура сервісу в круїзному туризмі».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження здійснено відповідно до цільової комплексної програми наукових досліджень Київського національного університету культури і мистецтв «Трансформаційні процеси в культурі та мистецтвах України» (Державний реєстраційний №0107U009539), планів і тем кафедри культурології університету. Тема дисертаційного дослідження затверджена Вченою радою Київського національного університету культури і мистецтв (протокол № 9 від 31.03.2011р.).

Мета дослідження – з'ясувати особливості культури сервісу в круїзному туризмі.

Завдання дослідження:

–проаналізувати літературу з теми дослідження;

–визначити понятгєво-категоріальний апарат та теоретико-методологічні засади культури сервісу круїзного туризму;

–вивчити міжнародний досвід культури сервісу круїзного туризму;

–дослідити культуру сервісу в круїзах радянського періоду;

–з'ясувати реальний стан круїзного туризму в Україні.

Об'єкт дослідження – культура професійних сфер діяльності.

Предмет дослідження – культура сервісу в круїзному туризмі.

Методи дослідження. Методологію дослідження визначає сукупність загальних і спеціальних методів – аналізу і синтезу, узагальнення, описового методу, історико-хронологічного, історико-порівняльного.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що уперше комплексно розглянуто особливості культури сервісу в круїзному туризмі. В цьому контексті:

–уточнено поняття «круїзний туризм» та визначено його родо-видові особливості;

–запропоновано визначення поняття «культура сервісу в круїзному туризмі»;

–уведено до наукового обігу поняття «експедиційний сервіс»;

–з'ясовано стан сучасного світового круїзного туризму та охарактеризовано культуру сервісу у сучасному світовому круїзному туризмі;

–досліджено історію круїзів в Україні;

–охарактеризовано культуру сервісу в круїзах радянського періоду;

–з'ясовано стан круїзного туризму в сучасній Україні, проблеми та перспективи його розвитку.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані в навчальних курсах з спеціальності «Культурологія», а також у навчальних курсах окремих напрямів підготовки «Менеджмент і адміністрування», «Туризм», «Менеджмент соціокультурної діяльності». Матеріали дисертаційної роботи можуть використовуватися працівниками туристичної сфери.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаним науковим дослідженням, у якому запропоновано комплексний аналіз культури сервісу в круїзному туризмі. Усі наукові положення та висновки належать авторові дисертації. Наукові публікації за темою роботи є одноосібними.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були апробовані на всеукраїнських, регіональних та міжвузівських конференціях: Всеукраїнській науково-теоретичній конференції «Українська культура XXI століття: стан, проблеми, тенденції» (Київ, 2010); Всеукраїнській науковій конференції «Соціальні комунікації: стан, проблеми, тенденції» (Київ, 2012);

Міжнародній науково-практичній конференції «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (Київ, 2014); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Потенціал культурних індустрій України в контексті світових тенденцій» (Київ, 2014); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Україна в соціально-культурному вимірі сучасності» (Київ, 2014), а також на конференціях молодих викладачів та аспірантів Київського національного університету культури і мистецтв, що відбулися в рамках «Дні науки КНУКіМ» (Київ, 2011, 2012, 2013).

Публікації. Основні положення та висновки дисертації викладено у 8 одноосібних публікаціях, 7 із яких – у наукових фахових виданнях України з культурології.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (161 найменування). Загальний обсяг дисертації – 168 сторінок, із них 150 – основного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми, розкрито ступінь її наукової розробленості, вказано на її зв'язок з науковими програмами, планами, темами, сформульовано мету, завдання, предмет і об'єкт, методи дослідження, розкрито наукову новизну одержаних результатів, їх теоретичне практичне значення, наведено відомості про апробацію результатів дисертації.

У **першому розділі – «Круїзний туризм як об'єкт наукового дослідження»** – подано результати огляду наукової літератури, пов'язаної з проблематикою дисертаційної роботи, охарактеризовано джерельну базу дослідження, понятійний апарат.

У підрозділі 1.1. – **«Історіографія і джерельна база дослідження»** – висловлено думку, що літературу з теми дисертаційного дослідження можна поділити на дві групи. Перша складається з дослідження історії круїзів, їх видів, становлення і сучасного стану круїзного туризму. Дослідженнями подібного спрямування є роботи Н. Грибанової, Т. Дьорової, В. Зінченка, М. Олексійко, С. Поповича, Т. Сокол, В. Федорченка та ін. Друга група, присвячена сервісу в туризмі, представлена лише поодинокими публікаціями вітчизняних (радянських і пострадянських) та російських науковців. Окремі відомості з цієї проблеми містяться в роботах Г. Гарбар, Т. Дьорової, В. Зінченка, С. Поповича, В. Федорченка.

Останнім часом окремі аспекти сервісу під час круїзів почали розглядатися в публікаціях вітчизняних авторів О. Бакаєва, В. Баришнікової, В. Винникова, І. Голубкової, В. Жихаревої, Ю. Клочкова, Н. Логунової, М. Мальської, Ю. Михайлової, М. Павлюка, Н. Пересипкіної, М. Примачьова, І. Смирнова, О. Тимощука, Є. Тищенка, А. Филипенка та ін. Проте, комплексного дослідження культури сервісу в круїзному туризмі не проводилося.

Джерельну базу дисертаційної роботи становлять: наукові матеріали Національної бібліотеки ім. В.І. Вернадського, Національної парламентської бібліотеки України; міжнародні нормативні документи, що регулюють діяльність у

сфері туризму, морських перевезень; законодавчі акти України, стандарти обслуговування в туризмі, екскурсійній діяльності, архівні матеріали, зокрема звіти БММТ «Супутник», який за радянських часів займався організацією міжнародного молодіжного туризму; мемуарна література і спогади працівників сфери туризму та морських пасажирських перевезень; рекламні каталоги, проспекти, афіші і буклети, інформаційно-довідникові видання, спеціалізовані періодичні видання, фотоматеріали; інформаційні ресурси Internet: сайти круїзних компаній, туристичних фірм, сайти морських портів та міжнародних організацій у сфері морських перевезень; видання статистичного характеру; тощо.

У підрозділі 1.2. – **«Понятійний апарат і теоретико-методологічні засади дослідження»** – уточнено термінологію і методи дисертаційного дослідження. Зазначено, що «круїзний туризм» – поняття для вітчизняної науки відносно нове, хоча круїзи, як вид туризму, мають понад столітню історію. Етимологічно слово круїз (англ. *cruise)* означає морську подорож, зазвичай по замкнутому колу, з поїздками із портів у внутрішні райони країн. Нині цей термін інтенсивно вживається в публікаціях у вітчизняних ЗМІ. При цьому розділяють (О. Бакаєв): оздоровчі круїзи, серед яких виділяються лікувальні, санаторні й освітні; мікрокруїзи – короткі (двох-, чотириденні) морські подорожі; комбіновані круїзи; інклюзивні тури; поромні перевезення пасажирів тощо.

За методологічну основу дисертанткою взято напрацювання вітчизняних та російських науковців, зокрема концепції Г. Аванесової, Ю. Михайлової, О. Садохіна, П. Яновського які започаткували новий напрям досліджень – «сервісологія». Усі види послуг Г. Аванесова і О. Садохіна поділяють за кількома критеріями: за характером, за формами надання (способам доведення до споживача); за способом оплати. Ю. Михайлова використовує поняття «круїзна туристична послуга», «продукція круїзної послуги» і «якість круїзної туристичної послуги». П. Яновський розводить поняття «сервіс» і «обслуговування», вважаючи перше більш широким, він використовує словосполучення «сервісне обслуговування» і «якість обслуговування». Специфікою круїзного туризму є те, що послуги з перевезення і послуги з тимчасового розміщення фактично співпадають, а послуги харчування стають основними. Крім того, у круїзному туризмі додаються: послуги інтелектуально-розвиваючого характеру; санітарно-гігієнічного характеру; пізнавального характеру: екскурсійні послуги на березі; специфічні послуги (медичні, догляд за дітьми, організація і проведення весілля тощо). У своїй сукупності ці послуги можуть охоплюватися поняттям сервісу, а такий показник, як його якість, дисертант пропонує визначити як культура сервісу. Під культурою сервісу в круїзному туризмі розуміється якість послуг з переміщення (перевезення), тимчасового розміщення (проживання), харчування і рекреації, що надаються туристам під час здійснення річкового, озерного, морського, океанського або змішаних форм круїзу.

У висновках до першого розділу зазначено, що в Україні досі не було комплексного дослідження культури сервісу в круїзному туризмі; джерельна база за

всієї розпорошеності та різноманіття є достатньою для об'єктивного дослідження теми, а сучасні методології дають змогу зробити вірогідні висновки.

Другий розділ – «Культура сервісу в сучасному світовому круїзном туризмі» – висвітлює сервісну складову круїзів на лайнерах провідних круїзни компаній.

У підрозділі 2.1. – **«Сучасний світовий круїзний туризм»** – охарактеризован провідні круїзні компанії світу, подано прийняту класифікацію круїзних лайнерів.

Нині нараховується понад 150 морських круїзних компаній, серед яки американські, норвезькі, британські, італійські, іспанські, датські, грецькі. Д найбільш відомих належать Carnival Cruise Lines, Celebrity Cruises, Royal Caribbea International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Line. Кількість круїзни компаній щороку збільшується. Якщо у 1980-х роках на ринку круїзного туризм діяло 15 великих круїзних компаній, серед яких компанія Carnival Group, що мал 22 теплоходи і Royal Caribbean Ltd – 12, то нині тільки Carnival Cruise Lines – одна компаній, що входить до мегахолдінгу Carnival Corporation, випускає на круїзн маршрути 24 мегалайнери. Сьогодні Carnival Corporation перетворилася н мегахолдінг, до якого, крім Carnival Cruise Line, входять такі потужні компанії, я Costa Cruises, Princess Cruises, Cunard, Holland America Line, Seabourn Cruise Line т ін. Те саме відбулося і з Royal Caribbean Ltd, куди входять круїзні компанії Roya Caribbean International, Celebrity Cruises із своєю дочірньою компанією Azamar Cruises та ін. У 2005 – 2006 рр. ці два мегахолдінги контролювали майже 75 % усього круїзного туризму.

Круїзні судна за якістю обслуговування і рівнем комфорту поділяються на «стандарт» (2*– 4*); «преміум» (5*– 5*+); «люкс» (6*). Використовуються так критерії: судно і його оснащення, стан кают, харчування туристів, обслуговування розважальні програми, асортимент додаткових послуг на борту круїзного лайнера.

Клас «люкс» в круїзній індустрії на сьогодні представлений світовими компаніями: Crystal Cruises (Японія), Regent Seven Seas Cruises (США), Cunarc (Велика Британія), Silver Sea Cruises (Італія), Compagnie du Ponant (Франція) The Yachts of Seabourn (Норвегія), Sea Dream Yacht Club (Норвегія). На початку XXI ст. компанія Oceania Cruises, основна кількість суден якої забезпечує круїзи класу «преміум», вийшла на люксовий сегмент своїм шестизірковим мегалайнером «*Oceania Riviera*». Зважаючи на високу вартість оздоблення суден цих компаній, що складає один із компонентів люксового круїзного відпочинку, кількість лайнерів, задіяних у цій категорії, складає відносно невеликий парк суден (близько трьох десятків лайнерів, у т.ч. яхти класу «люкс» і парусники).

Для класу «преміум» послуги з круїзних подорожей пропонують компанії Holland America Line (Нідерланди), Azamara Cruises (США), P&O Cruises (Велика Британія), Celebrity Cruises (США), Oceania Cruises (США), Pullmantur Cruises (Іспанія), Star Clippers (Монако), Sea Cloud Cruises (Нідерланди), Windstar Cruises (Греція), Ama Waterways (Франція), Cruisi Europe (Франція) та ін.

Деякі круїзні компанії працюють паралельно в кількох класах: Celebrity Cruises («преміум» і «стандарт»).

У класі «стандарт» працюють і потужні, що мають вже відомі бренди, і «молоді» круїзні компанії: Carnival Cruises Lines (США), Costa Cruises (Італія), Royal Caribbean International (США), Princess Cruises, MSC Cruises (Італія), Disney Cruise Line (США), Hurtigruten (Норвегія), Norvegian Cruises Line (NCL) (Норвегія) та ін. В класі «стандарт» працюють також компанії, які спеціалізуються на річкових круїзах і круїзах типу «ріка – море»: Classic International Cruises (Португалія), Cruisi Europe (Франція), Nicko-Tours (Німеччина), Transocean Tour (Німеччина), Scylla Tours (Швейцарія), Plantours (Німеччина), Sea Cloud (Нідерланди) та ін.

Отже, у категорії люксового круїзного туризму сьогодні задіяно біля трьох десятків лайнерів і яхт; десятки лайнерів забезпечують круїзи категорії «преміум»; у категорії «стандарт», найбільш масовій, працюють більше сотні круїзних лайнерів.

У підрозділі 2.2. – **«Інфраструктура сервісу в основних категоріях круїзного туризму»** – подано стислу характеристику інфраструктури основних категорій круїзних лайнерів. У зв'язку з високою конкуренцією в сегменті морського круїзного туризму подальша диференціація значною мірою відбувається за ознакою сервісу, який надає круїзна компанія або конкретне круїзне судно. З огляду на це був уведений сукупний показник «стандарт обслуговування»; найвищим є «шестизірковий». Є окремі показники для гастрономічної складової сервісу, розважальної і рекреаційної, гігієнічної і навіть для дизайнерського оформлення судна.

У сегменті люксового круїзного туризму основний принцип – ексклюзивність пропозиції, а круїзи позиціюються як «круїзи розкоші». На цей імідж працює дороге оздоблення судна, площа кают, менша кількість пасажирів, яку бере на борт судно, співвідношення обслуговуючого персоналу до кількості туристів наближається до 1:1, індивідуальний підхід до клієнтів і мінімальна регламентація організації часу відпочинку його пасажирів. Італійська круїзна компанія Silver Sea Cruises наголошує, що обслуговування на її лайнерах є найкращим у світі. Компанія The Yachts of Seabourn підкреслює свою відмінність також за ознакою сервісу: обслуговування на яхтах визначається як «елегантне». У шестизіркових лайнерах круїзів класу «люкс» компанії Crystal Cruises пропонуються розваги елітного рівня: шоу у бродвейському стилі, казино від «Caesars Palace» Лас Вегаса, рулетка тощо.

У сегменті круїзного туризму класу «преміум» також відбувається змагання за туриста за рахунок сервісної складової. Так, круїзна компанія Azamara Cruises позиціює свої лайнери як плавучі SPA-центри, лайнери відпочинку і релаксації. Компанія Celebrity Cruises обрала кілька пропозицій для підкреслення своєї відмінності: за естетикою інтер'єрів та розвагами. Компанія Holland America Line в концепції, зокрема втіленої у своєму круїзному лайнері *«Amsterdam»*, виходить з поєднання спортивної та ігрової видів розваг, що забезпечуються розгалуженою інфраструктурою лайнера. Парусник *«Royal Clipper»* компанії Star Clippers має скляне дно, що дає змогу спостерігати за підводним світом під час усієї подорожі, а

також майданчик, з якого можна займатися водними видами спорту в морі (катання на водних лижах, дайвінг).

У найбільш потужному сегменті класу «стандарт» конкуренція найбільша, тому компанії, розширюючи інфраструктуру своїх лайнерів, особливу увагу приділяють розважальному й рекреаційному сервісу, що часто красномовно засвідчують слогани: «*Escape completely*» (Princess Cruises), «*Freestyle Cruises*» (Norvegian Cruises Line), «*Fun for All. All for Fun*» (Carnival Cruise Line). Carnival Cruise Line позиціює свої лайнери як «Лайнери розваг» – «*Fun Ships*». Компанія Royal Caribbean International (RCI) позиціюєть свої круїзні лайнери як плавучі курорти – «Готель і курорт разом». Компанія Costa Cruises подає свої лайнери одночасно і як лайнери для відпочинку та рекреації, і як лайнери для сімейного відпочинку (компанія пропонує безкоштовну круїзну подорож для дітей віком до 18 років). Це висуває вимоги і до культури сервісу, яка має бути гнучкою, підлаштованою до доволі різноманітних потреб численної аудиторії туристів, оскільки судна цієї категорії є найбільш місткими (до 4 тис. туристів). Відповідно до того, як удосконалюється інфраструктура круїзних лайнерів, зростає й культура сервісу, інтегруючи якість основних і додаткових туристичних послуг.

У підрозділі 2.3. – **«Культура сервісу при наданні послуг харчування в круїзному туризмі»** – зазначено, що послуги харчування в круїзному туризмі належать до основних туристичних послуг. Зазвичай у круїзному туризмі послуги харчування надаються за системою «усе включено», або «повний пансіон». Проте є й відмінності, що презентуються набором гастрономічних пропозицій (страви національних кухонь), запрошенням на час круїзу відомих шеф-кухарів, проведенням кулінарних майстер-класів, шоу-програм. Важливість гастрономічної складової круїзу усвідомлюють усі круїзні компанії, а деякі навіть роблять на ній основний акцент. Так, круїзний лайнер *«Celebrity Equinox»* компанії Celebrity Cruises позиціюється як «Ресторанний рай». Компанія Crystal Cruises проводить цілі круїзи як фестивалі страв і напоїв. Крім того, на лайнерах проводяться тематичні вечори з вибором вина із власного винного погребу, у якому містяться понад 200 відомих марок. Зазвичай сервіс під час наданні послуг харчування є більш проблемним для великих лайнерів класу «стандарт». Через те, що вони беруть на борт до 3 – 4 тис. туристів, харчування організовується в кілька змін (так, у чотири зміни організоване харчування на лайнерах компанії Carnival). Інша компанія – Azamara Cruises, яка працює у сегменті круїзів «преміум», навпаки підкреслює, що вечеря на її лайнерах «не буде розбита на дві зміни». Компанія Norvegian Cruises Line робить акцент на вільному режимі харчування туристів, що вигідно відрізняє її лайнери від інших. Компанія The Yachts of Seabourn підкреслює унікальність своєї гастрономічної складової не тільки в меню, але й у сервісі: у ресторані яхт страви подаються в кришталевому посуді. Подібна «родзинка» і на шестизіркових лайнерах круїзів класу «люкс» компанії: усі страви в ресторанах подаються на елегантному фарфорі Villeroy&Boch, а вина розливаються у бокали від «Riedel». На лайнерах компанії Holland America Line страви подаються на фарфорі фірми «Розенталь», а столи

сервіруються срібними столовими приборами. Ставку на гастрономічну складову послуг під час круїзів робить і італійська компанія MSC Cruises, про що свідчить її реклама: «Усе найкраще з італійської кухні пливе в круїз разом з подорожуючими». На лайнері цієї компанії «*MSC Preziosa*» відкрито ресторани від провідної італійської компанії «Eataly» – Eataly Restaurant і Restaurant Italia: учасники круїзів на цьому судні мають змогу харчуватися в ресторанах зі світовим брендом.

У підрозділі 2.4. – **«Культура сервісу при наданні послуг розважально-дозвіллєвого характеру в сучасному круїзному туризмі»** – зазначено, що в круїзному туризмі надзвичайно важливою є розважальна складова, яка зосереджена на самому судні. Розваги, атракціони, театри і казино, компактно розміщені на палубах лайнера для певної частини туристів є самодостатньою атракцією.

Компанія Princess Cruises пропонує широкий набір культурних програм від карибського лімбо до латиноамериканських танців. Концепція розваг на шестизіркових лайнерах круїзів класу «люкс» компанії Crystal Cruises може бути визначена як ігорна. На лайнерах діє казино «Caesars Palace», організоване цією знаменитою компанією з Лас-Вегаса. До послуг туристів рулетка, «Блек-Джек», столи для «гри в кості», понад 100 гральних автоматів. Водночас програма передбачає і дозвіллєво-розвиваючий компонент. Так, під час круїзу проводяться безкоштовні курси з навчання гри на фортепіано, курси іноземних мов від відомої мовної школи Берлітц, сучасні комп'ютерні класи. Влаштовуються шоу у Бродвейському стилі, коктейльні вечірки, танці. Компанія Crystal Cruises щорічно проводить тематичні круїзи («Мистецтво і антикваріат», «Бальні танці», «Класична музика», «Фестиваль фільмів і театру», «Гольф», «Джаз», «Душа і тіло», «Президентський круїз» тощо). Під час круїзів туристи мають змогу отримати послуги персональних інструкторів з гольфу, міні-гольфу, танців, фітнесу, йоги. На лайнері «*Paul Gauguin*» компанії Paul Gauguin Cruises під час зупинок пропонується катання на каяках, які спускаються на воду з багажного відсіку лайнера, дайвінг та ін. Послугу «весілля у відкритому морі» надають такі круїзні компанії як Princess Cruises, Celebrity Cruises, Azamara Club Cruises, Carnival Cruise Lines, Norwegian Cruise Line, Royal Caribbean International, P&O Cruises, Holland America Line.

У підрозділі 2.5. – **«Особливості екскурсійно-експедиційного сервісу в круїзному туризмі»** – зазначено, що екскурсійна складова круїзного туризму є одним з елементів його привабливості. Останніми роками до екскурсійного сервісу додався ще й сервіс експедиційний, що має місце під час т. зв. «дослідницького» круїзного туризму. З'явився «туризм у високих широтах» або «льодовий туризм» (туристи подорожують на висококомфортабельних криголамах, обладнаних катерами і гвинтокрилами для екскурсій). В Антарктиді туристи з круїзних лайнерів мають змогу в спеціальних апаратах зануритись на великі глибини, аби поспостерігати за життям у підводному світі. Прикладом подібних підводних експедицій є занурення туристів для огляду «Титаніка» з використанням підводних човнів та батискафів. Тому в контексті круїзного туризму туристична експедиція здійснюється як факультативна мандрівка з круїзного лайнера, криголаму або

науково-дослідницького судна за допомогою спеціального спорядження автономного транспортного засобу з пізнавальною або пізнавально-розважальною метою. Можливий і інший варіант туристичної експедиції: водні круїзи комбінуються з факультативною подорожжю за допомогою повітряного транспорту. Так, річковий круїз Єнісеєм поєднується з перельотом до Північного полюсу. Норвезька круїзна компанія Hurtigruten під час круїзу з промовистою назвою «Царство білого ведмедя» (до Шпіцбергену) передбачає висадження туристів на берег, з метою спостереження за умовами існування та поведінкою білих ведмедів у їх природному середовищі.

У підрозділі 2.6. – **«Страхувальний сервіс і правове забезпечення круїзного туризму»** – висловлено думку, що в обслуговуванні пасажирів, які вирушають у морські круїзи, важливими є їх безпека та збереження речей, що забезпечується страхувальним сервісом, шляхом медичного, майнового, на випадок затримки транспорту, витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздку та інших видів страхування. З цією метою діють міжнародні договори і конвенції, серед яких варто виділити Афінську конвенцію про перевезення морем пасажирів і багажу (1974), Міжнародну конвенцію про охорону людського життя на морі (1974) та ін. В Україні перевезення туристів на круїзах також регулюється Кодексом торгівельного мореплавства України (1995).

У висновках до другого розділу відзначено, що в сучасному світовому круїзному туризмі існує три основні категорії круїзів: «люкс», «преміум» і «стандарт», які відрізняються, у тому числі, за номенклатурою послуг, що надаються під час круїзу і забезпечуються інфраструктурою лайнера, а також за культурою сервісу. Новими послугами в круїзному туризмі стали послуги експедиційного сервісу, що здійснюються за допомогою додаткового спеціального транспорту і спорядження за умов підвищеної уваги до безпеки подорожі з боку спеціально підготовленого персоналу, який обслуговує круїз.

Розділ третій – «Круїзний туризм в Україні» – присвячено питанням історичного розвитку річкових і морських круїзів в Україні, особливостям культури сервісу під час їх здійснення.

У підрозділі 3.1. – **«Становлення і розвиток вітчизняного круїзного туризму»** – досліджено, що витоками круїзного туризму в Україні слід вважати річкові екскурсії на пароплавах по Дніпру. За радянських часів особливим попитом користувався маршрут на пароплаві по Дніпру. 1927 р. Об'єднане екскурсійне бюро РРФСР у Москві розробило і запропонувало екскурсію по Дніпру за десятиденним маршрутом з Києва до Дніпропетровська із відвідуванням Канева, а також Кривого Рогу. З 1928 р. такі маршрути розроблялися вже Українським мішаним пайовим екскурсійним товариством (УМПЕТ). Зокрема, пропонувалися такі маршрути: «Дніпрельстан – Дніпро – Чорне море – Одеса», розрахований на 13 днів; «Донбас – Дніпрельстан – Криворіжжя», розрахований на 12 днів із проїздом пароплавом і залізницею; «Пороги – Криворіжжя» розрахований на 10 днів із проїздом залізницею, автомобілем і пароплавом. Це були комбіновані тури; водний транспорт

залучався на одному-двох з етапів маршруту. Розроблялися і морські та річкові маршрути.

Перший морський круїз за радянських часів відбувся 1930 р. на теплоході «*Абхазія*» навколо Європи. Він був організований Товариством пролетарського туризму та екскурсій (ТПТЕ) для 250 «ударників праці». Теплохід заходив до Німеччини, Італії і Туреччини. У післявоєнний період почалося відродження і річкових, і морських круїзів, у т. ч. міжнародних. З 1957 р. ВАО «Інтурист» почало здійснювати на орендованих пасажирських суднах «*Перемога*» і «*Грузія*» морські подорожі з Одеси до Ленінграда і навколо Європи, а на судні «*Петро Великий*» – по Чорному морю з туристами із соціалістичних країн. У 1960 р. на судні «*Адмірал Нахімов*» був організований перший круїз із радянськими туристами на Кримсько-Кавказській лінії, перші середземноморські круїзи, що вирушали з Одеси, розпочалися 1967 р. З 1982 р. провадився круїз «ріка – море» Дніпром з Києва до Херсона, далі Чорним морем до Одеси, звідти Дунаєм до Русе (НРБ) і Джурджу (Румунія).

У підрозділі 3.2. – **«Культура сервісу в українському круїзному туризмі радянського періоду»** – зазначено, що найбільш ранньої екскурсії на пароплавах в УРСР можна вважати екскурсію, організовану 9 червня 1919 р. культурно-просвітницькою комісією Київської ради професійних спілок для своїх членів. Під час екскурсії розважали екскурсантів своєю грою кілька оркестрів. У подальшому культурна програма круїзів складала важливу частину програми подорожей, передбачала активний та інтелектуальний відпочинок. У повоєнний час на річкових круїзах сприяти покращенню культури обслуговування на транспорті була покликана система соціалістичного змагання. На міжнародних круїзах, які використовувалися радянською владою для проведення агітаційно-ідеологічної роботи, сервіс був більш високого рівня, ніж на внутрішніх круїзах. Особливо яскраво це проявлялося в молодіжних круїзах, якими опікувалася організація БММТ «Супутник» при ЦК ВЛКСМ, створена 1958 р. Під час таких круїзів пропаганда здійснювалася через спільні мітинги, фестивалі, зустрічі та Дні дружби, концерти і спортивні змагання. Основним портом для круїзного туризму не тільки УРСР, але й всього СРСР була Одеса. Порт був відправною точкою круїзу по Кримсько-Кавказькій лінії (Одеса – Ялта – Новоросійськ – Сочі – Сухумі – Батумі – Одеса). Круїзи здійснювались на суднах «*Шота Руставелі*», «*Іван Франко*», «*Аджарія*», «*Башкирія*», які було облаштовано на рівні тогочасного комфорту. Під час круїзів перед туристами виступали популярні артисти естради і кіно.

На міжнародних круїзах культурі сервісу приділялася підвищена увага. Вимоги до персоналу – офіціантів, барменів, екскурсоводів, покоївок – були високими (вільне володіння двома-трьома іноземними мовами, знання історії країни й культури народу; доброзичливість, володіння манерами ввічливості, приємна зовнішність та ін.). Особлива увага приділялась наданню послуг харчування. У Чорноморському морському пароплавстві існувала група пасажирського флоту, фахівці якої були підготовлені для надання іноземним туристам високоякісного

сервісу з послуг харчування. Обов'язково враховувалися особливості національни гастрономічних культур туристів: релігійні приписи і заборони, звичний набі продуктів, черговість подачі страв і напоїв, технології приготування страв тієї ч іншої національної кухні тощо. Передбачалися варіанти харчування для туристів особливими потребами: у дієтичному харчуванні, а також на випадок захворюванн «морською хворобою», для чого було розроблене т. зв. «штормове» харчування.

У підрозділі 3.3. – **«Круїзний туризм в Україні пострадянськ го періоду»** зазначено, що після занепаду круїзного туризму в перші роки після розпаду СРС відродження круїзів відбувалося у двох напрямках: по-перше, стали доступним круїзи, запропоновані зарубіжними компаніями, що дозволило громадянам Україн долучитись до світових круїзних маршрутів; по-друге, були здійснені спроб відродити круїзи на внутрішніх акваторіях України. Круїзна компанія «Червон рута» почала організовувати круїзи «ріка–море» по Дніпру та Чорному морю з маршрутами Київ – Одеса – Київ із заходом до портів міст Канева, Кременчука Запоріжжя, Дніпропетровська, Нової Каховки, Херсона, Севастополя, Ялти Євпаторії, Ізмаїла. Однак більшість круїзних операторів України пропонують круїз за межами країни. Так, українська компанія «Тартус-тур», спеціалізується н річкових круїзах шляхом прямого фрахтування теплоходів високого рівн комфортності в Українського Дунайського пароплавства, а також у Німеччині Нідерландах, Франції і Швейцарії. У літньому сезоні 2007 р. Національний перевізник України «Судноплавна компанія «Укрферрі» запропонувала круїзи рейси за маршрутом Кримсько-Кавказької лінії Одеса –Ялта – Сочі – Стамбул - Одеса. Одеський туроператор ТОВ «Лондон Скай Тревел» у 2004 р. запровади напрям «Одеса – Варна – Одеса», круїз за яким здійснюється на катамаран «*Кримська стріла*». Туристичний підрозділ служби пасажирського флоту ВАТ «Українське Дунайське пароплавство» (Ізмаїл) з 1999 р. організовує екскурсії Усть – Дунайська в дельту Дунаю. Компанія «Гесс-тур» (Севастополь) пропонувал круїзи Одеса – Стамбул (Туреччина) на п'ятипалубному вантажопасажирському судні, а також – морські круїзи навколо Криму. Провідними туристичним операторами Одеської області з круїзного туризму є: ТОВ «Юджинія Тревел ЛТД» ТОВ «Денком ЛТД», МП «Актіс», ДП «Укрферрі Тур», ВАТ «Українське Дунайськ пароплавство» (Ізмаїл). Одеський порт виступив з ініціативою створення проекту просування чорноморського круїзного напряму і створення єдиного бренду Чорног моря «Cruise Black Sea».

В реалізації планів країни ввійти до міжнародних круїзних маршрутів бул певні досягнення: у 2008 р. Одеський порт відвідало найбільше в Європі круїзн судно «*Queen Victoria - 2*» британської компанії Cunard Line. На цьому ж лайнері 2011 р. відбувся круїз навколо Європи за маршрутом Лондон – Одеса. Компані MCI Cruises, починаючи з 2010 р., здійснювала круїзні тури по Чорному Середземному морі із заходом до українських портів Одеси і Ялти н чотирьохзіркових лайнерах «*MCI Opera*» і «*MCI Lirica*». У 2012 р. порт Одес прийняв мегалайнер «*Pacific Princess*» (круїзна компанія Princess Cruises) і лайне

«*Silver Wind*» компанії Silver Sea Cruises, яка відноситься до категорії круїзних компаній класу «люкс». У 2013 р. відбувався круїз по Чорному і Середземному морям із заходом до чорноморських портів України – Одеси, Ялти, Севастополя – лайнера «*Azamara Journey*» круїзної компанії Azamara. Під час навігації 2013 р. Україна прийняла 293 круїзних лайнери, що стало найбільшим досягненням у розвитку круїзного туризму в українській акваторії Чорного моря.

У висновках до третього розділу стверджується, що зусиллями української сторони, зокрема Адміністрації морських портів України (АМПУ), яка брала участь у міжнародних форумах і роботі організацій співробітництва в галузі морських перевезень і круїзного туризму, було зроблено важливі кроки на шляху залучення України до повноцінного партнерства. Було досягнуто угоди, за якою 2014 р. порти Ялти, Севастополя й Одеси планували відвідати лайнери провідних світових круїзних компаній: Costa Cruises, Azamara Club Cruises, MSC Cruises, Oceania Cruises, Regent Seven Seas Cruises, Windstar Cruises, Seabourn Cruise Line, Princess Cruises, Pullmantur, V. Ships Leisure, Carnival Cruise Line, Holland America Line, Royal Caribbean та ін. На жаль, сучасна ситуація в Криму створює несприятливі умови для подальшого розвитку круїзного туризму в Україні.

ВИСНОВКИ

1. Аналіз літератури з теми дослідження засвідчив недостатню розробленість проблеми культури сервісу в круїзному туризмі. Бракує наукових робіт із, вітчизняного й зарубіжного, круїзного туризму в цілому. Лише останнім часом окремі аспекти цієї теми почали розглядатися в публікаціях вітчизняних авторів – О. Бакаєва, В. Баришнікової, В. Винникова, І. Голубкової, В. Жихарєвої, Ю. Клочкова, Н. Логунової, М. Мальської, Ю. Михайлової, М. Павлюка, Н. Пересипкіної, М. Примачьова, І. Смирнова, О. Тимощука, Є. Тищенка, А. Филипенка та ін. Разом із тим, немає робіт, у яких би досліджувалися питання культури сервісу в круїзному туризмі. Теоретико-методологічною базою дисертаційного дослідження було обрано розробки в новій галузі наукового знання – сервісології, що належать російським авторам А. Аванесовій, М. Іловайському, О. Кисільову, О. Садохіну та українському авторові П. Яновському.

2. Наголошено, що особливістю круїзів є їх тимчасова просторова автономність, що зумовлює зосередженість на судні всіх послуг одночасно і ставить жорсткі вимоги до інфраструктури круїзного сервісу. Зростаюча конкуренція в цьому сегменті туризму змушує розширювати номенклатуру послуг та боротися за їхню якість, тобто постійно підвищувати культуру сервісу. Запропоновано визначення поняття «культура сервісу в круїзному туризмі», під яким розуміється якість послуг з переміщення (перевезення), тимчасового розміщення (проживання), харчування, рекреації і розваг, що надаються туристам під час здійснення річкового, озерного, морського, океанського або змішаних форм круїзу.

3. Проаналізовано сучасний стан та особливості світового круїзного туризму, охарактеризовано основні категорії круїзних лайнерів та виявлено діапазон послуг, які провідні круїзні компанії надають туристам під час круїзу. Більшість круїзних компаній ведуть свою політику так, щоб надати клієнтам найкращі можливості для реалізації широкого спектру дозвілля, забезпечити їх потреб у розміщенні на кораблі та умов і якості харчування. При цьому компанії, які організовують круїзи, надають максимально можливу кількість послуг на борту (бари, SPA-салони, казино, тренажерні зали, театри, поля для гри у гольф тощо), організовують розважальні програми (концерти, дискотеки) та тематичні тури або пропонують особливі послуги (наприклад, влаштовують весільну церемонію).

4. У сучасному світовому круїзному туризмі існує три основні категорії круїзів: «люкс», «преміум», «стандарт». Ці категорії значною мірою відрізняються за номенклатурою послуг, які надаються під час круїзу і забезпечуються інфраструктурою лайнера, а також за культурою сервісу: чим вищий сервіс, тим вищою є категорія круїзу, що поряд з іншими чинниками ціноутворення суттєво впливає на ціновий сегмент круїзу. Однак і в межах цих категорій відбувається подальша диференціація не тільки за ціновою політикою, але й, переважно, за номенклатурою послуг та культурою сервісу, які надає компанія або конкретне круїзне судно. Найвищим стандартом обслуговування на сьогодні є т. зв. шестизірковий стандарт. Використовуються й окремі показники для гастрономічної складової сервісу, розважальної, рекреаційної, гігієнічної і навіть для дизайнерського оформлення судна. Культурна «анімація» в морському круїзному туризмі є ознакою, що визначає сегментацію круїзних турів у межах цінових категорій (номенклатура розваг і розширення дозвіллєвих програм).

Нещодавно з'явився новий вид круїзного туризму – дослідницький, різновидами якого є т. зв. «льодовий туризм» або «туризм у високих широтах». Під час подібних круїзів надаються послуги із проведення факультативних експедицій, які, на думку дисертантки, можна вважати експедиційним сервісом. Експедиційний сервіс визначено як сукупність послуг з організації і проведення факультативних подорожей з метою спостереження за явищами або об'єктами живої та неживої природи, і які здійснюються за допомогою додаткового спеціального транспорту та спорядження за умов підвищеної уваги до безпеки подорожі з боку спеціально підготовленого персоналу.

5. Витоками круїзного туризму в Україні варто вважати річкові екскурсії на пароплавах по Дніпру, які організовувалися для учнів київських шкіл в останні десятиліття XIX ст. За радянських часів статус круїзів визнавався за міжнародними морськими подорожами. З українських портів основним портом відправки морських круїзів за міжнародними маршрутами була Одеса. Набір послуг, що пропонувалися під час круїзів, передбачав проведення різних за змістом та формою заходів. У міжнародних молодіжних круїзах по лінії БМТТ «Супутник» обов'язковою була ідеологічно-пропагандистська робота. На круїзах внутрішніми акваторіями СРСР зокрема чорноморських, значна увага приділялася розважально-рекреаційним

програм. У таких круїзах культура сервісу була вищою за ту, яку пропонував туризм, що забезпечувався іншими транспортними засобами (потяги й автобуси). На міжнародних круїзних лініях особлива увага приділялася послугам харчування. меню складалося з урахуванням особливостей національних кухонь тієї чи іншої країни, а до обслуговуючого персоналу т. зв. «контактної групи» ставилися високі вимоги з погляду професійних, і особистісних, у т.ч. зовнішніх, характеристик.

6. Сьогодні в Україні немає власного морського круїзного флоту: вітчизняні турфірми або орендують круїзні судна у пароплавств, або пропонують круїзи на лайнерах провідних світових круїзних компаній. З огляду на це, вітчизняний круїзний туристичний продукт можна пропонувати на зафрахтованих суднах з урахуванням профілю цільової аудиторії. Під час круїзів розважальна складова може бути представлена не лише номерами концертного типу, але й численними етношоу – майстер-класами з петриківського розпису чи опішнянської кераміки, гастрономічними шоу й мастер-класами.

7. Проведене дослідження не вичерпує всієї проблематики дослідження. Потребують подальшого вивчення і розроблення рекомендації з метою їх практичного втілення: культурологічні аспекти культури сервісу у вимірі геополітичних викликів, процесів трансформації культури, в т.ч. круїзного туризму як планетарного явища.

Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати дослідження:

1. Ляховська О. С. Круїзний туризм в Україні / О. С. Ляховська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : зб. наук. пр., наук. записки Рівненського державного гуманітарного університету. У 2-х т. – Рівне, 2011. – Вип. 17. – С. 265–270.

2. Ляховська О. С. Культура сервісу в українському круїзному туризмі радянського періоду / О. С. Ляховська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : зб. наук. пр., наук. записки Рівненського державного гуманітарного університету. У 2-х т. – Рівне, 2012. – Вип. 18. – С. 209–214.

3. Ляховська О. С. Культура сервісу в сучасному круїзному туризмі / О. С. Ляховська // Культура і сучасність: альманах Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – К. : Міленіум. – № 1. – 2013. – С. 194–200.

4. Ляховська О. С. Соціокультурна анімація в сучасному круїзному туризмі / О. С. Ляховська // Культура і мистецтво в сучасному світі : наукові записки КНУКіМ. – 2013 – Вип.14. – С. 65–73.

5. Ляховська О. С. Особливості експедиційного сервісу в «льодовому» та «дослідницькому» круїзному туризмі / О. С. Ляховська // Культура України: зб. наук. пр. / М-во культури України, Харк. держ. акад. культури; за заг. ред. В. Шейка. – Х.: ХДАК, 2013. Вип. 43. – С. 96–102.

6. Ляховська О. С. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму України XXI ст. / О. С. Ляховська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. пр., наук. записки Рівненського державного гуманітарного університету. У 2-х т. – Рівне, 2013. – Вип. 19. – С. 212–216.

7. Ляховська О. С. Культура сервісу при наданні послуг харчування і круїзному туризмі / О. С. Ляховська // Культура України: зб. наук. пр. / М-во культури України, Харк. держ. акад. культури; за заг. ред. В. Шейка. – Х : ХДАК 2014. Вип. 44. – С. 204–211.

Опубліковані праці апробаційного характеру:

8. Ляховська О. С. Культура обслуговування – запорука позитивного іміджу закладу гостинності / О. С. Ляховська // Українська культура XXI століття: стан проблеми, тенденції: зб. матеріалів Всеукр. наук.-теоретич. конф. – К. : Вид. цен «КНУКіМ», 2010. – 268 с. – С. 56–57.

АНОТАЦІЯ

Ляховська О. С. Культура сервісу в круїзному туризмі. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата культурології : спеціальності 26.00.01 – теорія й історія культури. – Київський національни університет культури і мистецтв Міністерства культури України, Київ, 2013.

Дисертацію присвячено історії становлення й розвитку круїзного туризму Україні. Охарактеризовано особливості культури сервісу в українському круїзном туризмі радянського періоду, стану круїзного туризму в пострадянській Україн Описано інфраструктуру сервісу основних категорій круїзних лайнерів провідни світових круїзних компаній. Досліджено культуру сервісу в наданні послу харчування, екскурсійно-експедиційних послуг і послуг розважально-дозвіллєвог характеру в сучасному круїзному туризмі. Запропоновано визначення понятт культури сервісу в круїзному туризмі, під яким розуміється якість послуг переміщення (перевезення), тимчасового розміщення (проживання), харчуванн рекреації і розваг, екскурсійно-експедиційного обслуговування, що надаютьс туристам під час здійснення річкового, озерного, морського, океанського аб змішаних форм круїзу.

Ключові слова: круїзний туризм, культура сервісу, послуги харчуванн розважально-дозвіллєвий сервіс, екскурсійно-експедиційний сервіс.

АННОТАЦИЯ

Ляховская О. С. Культура сервиса в круизном туризме. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии п специальности 26.00.01 – теория и история культуры. – Киевский национальны университет культуры и искусств Министерства культуры Украины. – Киев, 2013.

Диссертацию посвящено анализу культуры сервиса в современном мировом и украинском круизном туризме. Теоретико-методологическую основу исследования составили работы А. Аванесовой, М. Иловайского, А. Кисилева, А. Садохина, П. Яновского, в которых сформулированы принципиальные положения нового теоретического направления – сервисологии.

Диссертантткою предложено определение понятия культуры сервиса как интегрального для обозначения качества услуг перемещения (перевозки), временного размещения (проживания), питания, рекреации и развлечений, которые представляются туристам во время речного, озерного, морского, океанского или смешанных форм круиза.

В диссертации акцентировано на том, что особенностью круизов является их временная пространственная автономность, обуславливающая сосредоточение на судне всех услуг одновременно. Это выдвигает жёсткие требования к инфраструктуре круизного туризма, а возрастающая конкуренция на этом сегменте туристического ринка заставляет расширять номенклатуру услуг и бороться за их качество – повышать культуру сервиса.

В современном мировом круизном туризме выделяются три основные категории круизов: «люкс», «премиум» и «стандарт». Эти категории в значительной степени отличаются не только номенклатурой услуг, обеспечивающейся инфраструктурой круизного лайнера, но и культурой сервиса. Чем выше последний показатель, тем более высокой является категория круиза на ценовом сегменте круиза. В этих категориях происходит дифференциация не только за ценовой политикой, но и за номенклатурой услуг и культурой сервиса. Несмотря на то, что услуги имеют нематериальный характер, культура сервиса стала вполне объективным показателем классификации круизов.

В диссертации рассмотрено историю становления и развития круизного туризма в Украине, выявлены особенности культуры сервиса в украинском круизном туризме советского периода, состояние круизного туризма в постсоветской Украине. Охарактеризовано основные категории круизных лайнеров ведущих мировых круизных компаний.

Несмотря на то, что в данное время Украина не имеет собственного круизного флота, а турфирмы предлагают туристические круизы на зафрахтованных либо на круизных лайнерах ведущих мировых круизных компаний, диссертантка считает перспективними отечественные круизы типа «река – море». В этом направлении важным представляется туристам оригинальных развлекательных и гастрономических услуг: музыкальные и театральные номера концертного типа, многочисленные шоу (мастер-классы петриковской росписи, изготовления опишнянской керамики), а также гастрономические шоу и мастер-классы с учетом особенностей украинской кухни.

Ключевые слова: круизный туризм, культура сервиса, услуги питания, развлекательно-досуговый сервис, экскурсийно-экспедиционный сервис.

SUMMARY

Lyakhovska O. S. Service Culture in cruise tourism. -Manuscript.

Dissertation for the degree of candidate of Cultural, specialty 26.00.01 – Theory and History of Culture. – Kyiv National University of Culture and Arts Ministry of Culture of Ukraine, Kyiv, 2013 .

The dissertation is an overview of the history of the formation and development of cruise tourism in Ukraine, the characteristic features of the culture of service in the Ukrainian Soviet-era cruise tourism, cruise tourism in the state of post-Soviet Ukraine. There is the description of the main categories of infrastructure service cruise ships cruise the world's leading companies. There is the characteristic of the culture of service in the provision of food services, tours and forwarding services and entertainment services in the nature of modern leisure cruise tourism. There is a definition of culture of service in cruise tourism, which refers to the quality of movement (transportation), temporary accommodation.

Keywords: cruise tourism, culture of service, food services, entertainment and recreational services, excursion forwarding service.

Подписано к печати 27.05.86
Объем I п.л. Тираж I00 экз.
Заказ №318. Ротапринт МГИК.