

КУЛЬТУРА СЕРВІСУ ПІД ЧАС НАДАННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ В КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ

Здійснено спробу огляду культури сервісу під час надання послуг харчування в круїзному туризмі.

Ключові слова: *круїзний туризм, культура сервісу, культура обслуговування, послуги харчування, обслуговування.*

Осуществлена попытка обзора культуры сервиса при предоставлении услуг питания в круизном туризме.

Ключевые слова: *круизный туризм, культура сервиса, культура обслуживания, услуги питания, обслуживание.*

The culture of service is carried out at the grant of services of feed in cruise tourism is reviewed.

Key words: *cruising tourism, culture of service, culture of service, services of feed, service.*

За останні декілька десятиліть круїзний туризм зазнав кардинальних змін. Нині в цій сфері діяльності є значні можливості для успіху. Сучасні гості очікують високих стандартів обслуговування, насамперед, розширення асортименту послуг: комплексності сервісу і його інфраструктури і, звісно ж, індивідуалізації під час його надання. У сучасних ринкових умовах культура сервісу і якість обслуговування набуває пріоритетного значення для будь-якої компанії.

Вищеназані особливості визначають актуальність обраної теми.

Мета — розглянути систему культури сервісу під час надання послуг харчування в круїзному туризмі.

Питання культури обслуговування в туризмі, зокрема круїзному, розглянуто лише поодинокі публікації вітчизняних (радянських і пострадянських) науковців Г. Аванесової, Т. Дьорової, В. Зінченка, О. Осипової, С. Поповича, В. Федорченка, Г. Гарбар, П. Яновського. Окремі відомості щодо надання послуг харчування та обслуговування пасажирів на водному транспорті містяться в працях В. Архіпова, М. Бучкарика, В. Сеніна, Н. П'ятницької та ін. Утім, це питання у вітчизняній культурології не досліджувалося.

Що таке культура сервісу і чому вона так важлива? Багато хто вважає цю культуру сукупністю правил ввічливості або етики поведінки. Однак насправді це поняття слід розглядати набагато ширше. Так, ключовими елементами сучасної культури сервісу є: екологічність і безпека; естетика в інтер'єрі і створення комфорту в обслуговуванні; знання психологічних якостей особистості, процесу обслуговування; етичних норм обслуговування та їх дотримання персоналом, зокрема процедура обслуговування клієнтів; наявність необхідної кількості устаткування, а також інвентарю для надання послуг та ін.

Сервіс (англ. «service» від to serve — служити) — побутове обслуговування населення [3, с. 756]. Таким чином, сервіс — це надання

послуг (виробництва послуг), тобто споживчих нематеріальних вартостей, які забезпечуються матеріальною інфраструктурою, а їхній результат може об'єктивуватися у формі матеріальної речі.

П. Яновський зазначає, що поняття «сервіс» необхідно розглядати значно ширше, ніж обслуговування. Сервіс передбачає, окрім виконання певних стандартних операцій, ще і виконання індивідуальних операцій і послуг. Крім того, часто під час обслуговування клієнтів у будь-якій сфері послуг обслуговуючому персоналу слід застосовувати індивідуальний підхід до клієнтів. Ввічлива манера спілкування, доброзичливість, посмішка і діловий настрій під час розмови, щира зацікавленість у вирішенні проблем клієнта [7, с. 392].

Загалом усі послуги в круїзному туризмі, на думку автора, належать до поняття сервісу, а такий показник, як його якість, пропонуємо визначити як культуру сервісу. Отже, культура сервісу в дослідженні — якість послуг харчування, що надаються туристам під час здійснення річкового, озерного, морського, океанського або змішаних форм круїзу.

Значно вплинув на розвиток підприємств ресторанного обслуговування на круїзних лайнерах французький кулінар, критик, кулінарний письменник, популяризатор і новатор французької кухні Ж. А. Ескоф'є на початку ХХ ст. Він створив концепцію ресторанного обслуговування на палубах кораблів, що передбачала підбір і навчання персоналу, й упровадив її на теплоходах «l'America» та «Imperator» компанії «Гамбург Америка Лайнс». Близько століття тому Ж. А. Ескоф'є сформулював гасло, актуальне й для сучасної індустрії гостинності: «Задовольнити клієнта або його втратити — третього не дано» [5].

За радянських часів круїзний туризм поєднував транспортні послуги з послугами розміщення, харчування і рекреації, про що свідчать річні звіти про теплохідні маршрути. За навігацію 1974 р. було зроблено 14 рейсів, перевезено 2491 туриста [2, с. 171]. У «Додатку до звіту про теплохідні маршрути за навігацію 1974 р.» зазначалося: «...в усіх рейсах на дизель-електроході «Карл Маркс» було організоване триразове гаряче харчування згідно з прейскурантом по 2 крб. 50 коп. на туриста в день ...скарг на харчування не надходило» [2, с. 171]. Навпаки, в книзі скарг і пропозицій багато позитивних відгуків і вдячних записів туристів за якісне харчування та високу культуру обслуговування в ресторані. І навіть цитувався запис із цієї книги: «Коллектив ресторану зумів забезпечити приготування різноманітної смачної і калорійної їжі для туристів при високій культурі обслуговування» [2, с. 241]. І додавалося: «Слід відмітити хорошу роботу з постачання ресторану продуктами харчування Відділами робітничого постачання м. Запоріжжя, Дніпропетровська і Херсона» [2, с. 171]. Сприяття поліпшенню культури обслуговування на транспорті

(як загалом у сфері, що надавала послуги туристам) мала система соціалістичного змагання.

На міжнародних круїзах культурі сервісу приділялася особлива увага. Вимоги до персоналу т. зв. «контактної зони» — офіціантів, барменів, екскурсоводів, покоївок, котрі обслуговували іноземних туристів, були дуже високими: «...крім доброго знання двох–трьох іноземних мов, знання історії країни й історії мистецтв, співробітники... повинні були вільно орієнтуватися в розстановці політичних сил у світі. Вони мали навчитися знаходити оптимальний вихід у несподіваних ситуаціях, уміти цікаво розповідати і вчасно замовкнути. Обов'язковими були такі особисті якості, як доброзичливість, гарні манери і приємна зовнішність» [1, с. 55].

Особлива увага під час здійснення міжнародних круїзів приділялась наданню послуг харчування. Так, у Чорноморському морському пароплаванні існувала група харчування пасажирського флоту, фахівці якої не тільки забезпечували якісне обслуговування екіпажів суден, але й були підготовлені для надання високоякісного сервісу з послуг харчування під час морських круїзів іноземним туристам [1, с. 4].

Під час надання послуг харчування обов'язково зважали на особливості національних гастрономічних культур туристів: релігійні приписи і заборони, звичний набір продуктів, черговість подання страв і напоїв тощо. Кухарі зналися на технології приготування страв тієї чи іншої національної кухні. Слід відзначити, що для цього персоналу видавалася спеціальна довідкова література. Так, фактично настільною книгою бортового кухаря був «Довідник корабельного кухаря», що виходив друком у спеціалізованому одеському видавництві декілька разів.

Наприклад, туристам з НДР, ФРН і Австрії рекомендували меню, зважаючи на те, що кухня цих країн відзначається великою кількістю бутербродів, страв зі свинини, яловичини, птиці, дичини, риби. Слід було передбачити, що в цій гастрономічній культурі картопля й овочі вживаються зазвичай відвареними, а прянощі та приправи — помірні. Характерним є використання ковбас, сосисок, сарделок для приготування закусок, перших і других страв. А ось чай турист із цих країн вживають обмежено [1, с. 225].

Під час складання меню для туристів із країн близького Сходу як — Йорданія, Ірак, Ліван, Саудівська Аравія, Сирія, Туреччина, слід зважати на релігійні харчові табу: в їжі не мало бути свинини та виробів з неї. Зазначалося, що в кухні країн цього регіону широко використовуються баранина, козлятина, інколи — яловичина, птиця, риба, овочі та рис, прянощі, перець, цибуля, часник, різноманітне гостре й ароматичне коріння. Популярні молочнокислі продукти: кефір, сметана, сир, мучні страви, хліб (тільки білий). Основний напій — чай [1, с. 215].

Наголошувалося, що особливість індійської кухні полягає в тому, що вона не містить яловичини, а частина населення взагалі не вживає м'яса. Для урізноманітнення страв додаються спеції та приправи, серед яких найпопулярніша каррі — суміш із червоного й чорного перцю, мускату, кориці, гвоздики, імбирю, горіхів, гірчиці, петрушки, кропу, часнику [1, с. 227–228].

Туристів із Чехії та Словаччини не розрізняли, тому і секрети кухні об'єднували. Зазначалося, що в чехословацькій кухні використовується свинина в будь-якому вигляді. Значно менше за м'ясо вживається риба. Для підвищення смакових якостей використовують різні спеції й прянощі. Гарніри до порційних страв — овочеві. До м'ясних страв частіше за все подається тушкована капуста [1, с. 242].

Під час характеристики японської кухні акцентувалося на тому, що її основу складають рис, тваринні та рослинні морепродукти. Зазначалося, що японці вживають тільки білий хліб і приправляють різними соусами та спеціями, яловичину, свинину і птицю. Популярні страви з яєць, овочеві салати. Японці мало солять їжу, а деякі страви взагалі готують без солі. Перші страви вживають тричі на день порціями по 200–250 г. Улюблений напій — зелений чай [1, с. 247].

Існували й варіанти харчування для туристів з особливими потребами: у дієтичному харчуванні, а також у разі захворювання «морською хворобою». Для останнього розроблене т. зв. «штурмове» харчування, меню якого складалося зі страв, що містили велику кількість солоно-копчених продуктів, а також житні сухарі, сушки, галети. Перші страви слід було готувати густими з додаванням спецій [1, с. 14].

Нині різноманіття послуг харчування в круїзі зумовлене можливостями інфраструктури судна та побажаннями клієнтів. Більшість компаній прагнуть надати клієнтам якомога більше можливостей для забезпечення їх потреб у харчуванні на кораблі.

Зазвичай у круїзному туризмі послуги харчування надаються за системою «максимальний набір послуг». Однак існують відмінності, що забезпечуються пропозиціями національних кухонь, запрошенням на час круїзу відомих шеф-кухарів, залученням кулінарних шоу-номерів і майстер-класів. Харчування завжди додається до вартості туру. Додатково туристи платять лише за напої в пляшках, алкоголь (окрім шампанського на прийомі в капітана), коктейлі (як алкогольні, так і безалкогольні) і на більшості лайнерів — за морозиво. Страви в ресторані сервіруються згідно з визначенням шеф-кухаря. Важливим є: поєднання кольорів, розмір складових порції, їх розміщення на тарілці й оформлення [14].

На кораблях є щонайменше три ресторани «a la carte», в яких сервіруються обіди та вечері; ресторан-буфет «шведський стіл», де сервіруються сніданки, обіди, полуденки, зрідка вечері, й «Північний» буфет; альтернативний ресторан «a la carte» — це невеликий ресторан

з меню вищої якості, де подаються вечері, інколи обіди. Крім того, на кожному кораблі туристи зможуть знайти справжню італійську піцерію, барбекю на свіжому повітрі, капучино-бар, кондитерську, кафе-морозиво, а їхні номери цілодобово обслуговуватимуться [6]. Зазвичай на борту круїзних лайнерів (навіть економ-класу) туристи можуть харчуватися «з раннього ранку і до пізньої ночі». Ранній сніданок починається о шостій годині; післяполудневий чай у британських традиціях — з бутербродами та випічкою — надається пасажиром о шістнадцятій годині. У кожній круїзної компанії свій фірмовий підхід до роботи опівнічного буфету, він подається на шведському столі або в публічних зонах лайнера. Наприклад, у NCL — буфет «Шокоголік» (солодкий стіл) [14].

По закінченні подорожі проводять гала-буфет з розкішним оформленням страв. Це справді незабутнє видовище, шедеври кулінарії. Загалом на борту презентація їжі нерідко перетворюється на своєрідне шоу, на деяких лайнерах навіть обладнані спеціалізовані ресторани з «відкритою кухнею» («Квін Мері 2», «Севен Сіз Вояжер», «Сенчурі», «Констелейшн», «Інфініті», «Міленіум» і «Самміт»). Деякі компанії організують тематичні вечері під час круїзу — крім смачної їжі, туристів очікують ефектні видовища.

Для певних лайнерів навіть ця ознака є однією з головних для конкурентної переваги у своєму сегменті. Так, круїзний лайнер «Селебреті Іквінекс» компанії Селебреті Крузес позиціонується як «ресторанний рай», що зумовлено наявністю численних закладів харчування: 5 ресторанів (4 –спеціалізовані), 5 кав'ярень, 8 барів і винотека. Головним є двоярусний ресторан «Гранд Еперне», орієнтований на французьку кухню, ще один ресторан — «Сілк Харвест» — на південно-азійську, ресторан «Тускон Гриль» та кав'ярня «Аль Баціо» — на італійську, кав'ярня «АкваСпа Кафе» пропонує дієтичні страви [15].

В італійській компанії «ЕмЕССі Гротчер» під час круїзів гастрономічна складова є основною. Про що свідчить реклама: «Запашна зелень базиліка, свіжа моцарелла і достиглі помідори, майстерно поєднані в щойно спеченій піці "Маргарита", призначені для насолоди. І це один з численних делікатесів, які можна скуштувати на борту. Шеф-кухарі запропонують унікальні страви найвідомішої у світі гастрономічної традиції. Для тих, кому подобається готувати, шеф-кухарі передбачили спеціальні гастрономічні зустрічі, щоб насолодитися своїми незлічними рецептами і дивовижним смаком італійської кухні» [11]. Однак слід зазначити, що на чотирьохзіркових лайнерах компанії «Емісі Гротчер» харчування туристів організовано за системою «повний пансіон».

Важливою складовою конкурентних переваг є концепція харчування на лайнерах компанії «Кристал Крузес», яка проводить під час круїзів фестивалі страв і напоїв, а щоденно — тематичні чаювання. Крім того, на лайнерах організують тематичні вечері з вибором

вина з власного винного погреба, в якому містяться понад 200 відомих марок, та використовуються лише «свіжі відбірні продукти, завантажені в найближчому порту». Туристам пропонується до семи варіантів вечері. Хоча сама вечеря відбувається у дві зміни в основному ресторані, відвідувачі в будь-який час можуть повечеряти в альтернативних ресторанах (один з яких — італійської кухні), заздалегідь замовивши столик [9].

Зазвичай сервіс із харчування є проблемнішим для великих лайнерів класу «Стандарт». Оскільки вони беруть на борт до трьох-чотирьох тисяч туристів, харчування організовується в декілька змін, що зумовлює певні незручності для туристів.

Так, у чотири зміни організоване харчування на лайнері «Кернівел Дестені» (категорія «Стандарт») компанії «Кернівел». Подібна ситуація на «Кернівел Глорі» і на «Кернівел Фрідом» (на борту лайнерів до трьох тис. туристів) і «Кернівел Дрім» (понад три з половиною тисячі туристів). Хоча при цьому зазначається, що особливість лайнерів компанії — це можливість поїсти в будь-який час дня і ночі й замовити собі сніданок «у ліжко» [8].

Однак такі проблеми можуть виникати і на лайнерах категорії «Преміум». Так, на лайнері «Амстердам» компанії Холонд Америка Лайн (борт 1380 туристів), харчуються в чотири зміни. Конкурентна перевага цього лайнера в іншому: концепції кают — пропонується не просто каюти класу пентхаус, але пентхаус веранда сьют з приватним балконом, на якому розташовано джакузі) [10].

А ось Азамара Крузес, що також працює в сегменті круїзів «Преміум», навпаки зазначає, що вечеря на її лайнерах — «Азамара Джорні» і «Азамара Квест» — «не буде розбита на дві зміни». Також акцентує на скасуванні суворого дрес-коду. Як додатковий бонус на лайнерах можна безплатно відвідати альтернативні ресторани, щоправда для тих, хто мешкає в сьютах, це можливо двічі за час круїзу, а для тих, хто мешкає в стандартних каютах — один раз. Таким чином, компанія наголошує не просто на гастрономічній складовій круїзів, а на концепції сервісу харчування, і пишається культурою його організації.

Компанія «Яхтс оф Сіаборн» (Норвегія), яка працює на сегменті люксового круїзного туризму, надає особливий сервіс своїм пасажиром. Обслуговування на яхтах визначається як «елігантне» (персонал не бере чайових). Щодо гастрономічної складової, то її унікальність не тільки в самому меню, але й у сервісі: в ресторані яхт страви подаються в «кришталевому посуді» [15].

Подібна особливість характерна і для шестизіркових лайнерів круїзів класу «Люкс» компанії «Кристал Крузес»: «Кристал Серенеті» і «Кристал Симфоні», де «всі страви в ресторанах подають «елігантній порцеляні Villeroy&Boch, де вина розливають у бокали від Riedel».

Компанії «Пі енд О Крузес» відзначається британським стилем: сервісу чаювання «файв-о-клок», класична британська кухня,

аристократичні прийоми — це неодмінні атрибути круїзів «Пі енд О Крузес». Тільки на лайнерах цієї компанії туристів зустрічають справжні британські офіцери-джентельмени й стюарди-індійці, що набираються в команду як пам'ять про колоніальне минуле компанії. Компанія «Пі енд О Крузес» акцентує на своїй відданості консервативним традиціям британської культури. На її лайнерах дотримують гастрономічних традицій і манер поведінки, притаманних британцям. Це поширюється й на дрес-код, обов'язковий для вечері. Щоправда, новації вплинули і на цю компанію класичних круїзів: на борту судна компанії «Оріана» є піцерія [12] — для любителів «небританських» страв.

На лайнерах же компанії Кернівал, нині впроваджується проект «Пити з розмахом». Зазвичай алкогольні напої в круїзах категорії Стандарт, у якій надає свої послуги і компанія Кернівел, не входять у вартість путівки й оплачуються туристами додатково. Суть проекту полягає в тому, що для кожного круїзу пропонується алкогольний пакет вартістю 42.95 \$ на добу, плюс 15 % чайових — величезний вибір вин, пива, міцних алкогольних напоїв, а також бутильованої і газованої води й безалкогольних коктейлів (крім кави) протягом круїзу. Вартість вина і пива в бокалах не повинна перевищувати 10\$, інакше вони виходять за рамки пакета, який передбачає придбання одного напою за один раз. Ті учасники проекту, котрі забажають придбати шампанське, вино в пляшці або бокал дорогого вина чи коктейлю, отримують знижку в 25% від загальної вартості [12]. Уперше компанія впровадила цей проект у серпні 2012 р. на своєму лайнері Кернівел Вікторі, а згодом додано «Кернівел Сплендор», «Кернівел Спірит» і «Кернівел Бриз».

Щодо такого елементу культури обслуговування, як чайові, то під час круїзу зазвичай їх вартість уже передбачена в ціні сервісного збору, який пасажир має сплатити перед поїздкою.

Отже, в міжнародних круїзах радянських часів вимоги до культури сервісу були надто високими. Кухарі на круїзних судах були добре обізнані з особливостями національної кухні різних країн: основним асортиментом страв, технологією їхнього приготування, популярними або, навпаки, забороненими продуктами. Нині різноманіття послуг харчування в круїзі зумовлені можливостями інфраструктури судна і побажаннями клієнтів. Більшість компаній прагнуть, щоб надати клієнтам якомога більше можливостей для забезпечення їх потреб у харчуванні на кораблі. Конкурентна перевага всередині них часто досягається саме завдяки певній унікальній пропозиції: «аристократичними прийомами», «елегантності» послуги, «можливості поїсти в будь-який час дня чи ночі», кулінарній школі.

Подальше дослідження пов'язане з розглядом проблем та перспектив розвитку культури сервісу під час надання послуг харчування в контексті круїзного туризму України.

Список літератури

1. Бучкарик М. С. Справочник судового повара. Под общей ред. доц. И. В. Белокопя. 4-е изд., перераб. и доп. / М. С.Бучкарик, В. Д. Тимофеева, З. А. Ченгал. — Одесса, «Маяк»,1988. — 294 с.
2. Гарбар Г. А. Розвиток соціокультурного інституту гостинності в українському туризмі 60-х — 80-х рр. ХХ століття (на матеріалі Миколаївської області) : моногр. / Г. А.Гарбар. — Миколаїв, Вид-во Південнослов'янського інституту Київського славістичного університету, 2007. — 267 с.
3. Мельничук О. Словник іншомовних слів. Видання друге виправл. / За заг. ред. академіка О. С. Мельничука. — К. : Головна редакція української радянської енциклопедії, 1985. — 968с.
4. Осипова О. Я. Транспортное обслуживание туристов / О. Я. Осипова. — М. : Академия, 2006. — 384 с.
5. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства [Електронний ресурс] / П. Пуцентейло. — Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo13.htm — Назва з екрана.
6. Сенин В. С. Организация международного туризма [Электронный ресурс] / В. Сенин. — Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/senin_pril16.ht — Назва з екрана.
7. Яновський П. О. Пасажирські перевезення: навч. посіб. / П. О. Яновський. — К. : НАУ, 2008. — 469 с.
8. Carnival Corporation & PLC [Electronic source]: Про круїзи. — Mode of access: <https://www.carnivalcompliance.com/> — Title show screen.
9. Crystal Cruises [Electronic source]. — Mode of access: <http://www.crystalcruises.com/>. — Title show screen.
10. Holland America Line [Electronic source]. — Mode of access: <http://astartagroup.ru/cruise/company/ship/?id=42>. — Title show screen.
11. MSC Crociere [Electronic source]: Про круїзи. — Mode of access: http://www.msccrociere.it/it_it/Homepage.aspx. — Title show screen
12. P&O Cruises [Electronic source]. — Mode of access: www.pocruises.com. — Title show screen.
13. Princess Cruises [Electronic source] — Mode of access: <http://www.princess.com>. — Title show screen.
14. Магазин круизов и путишествий [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://cruiseshop.com.ua/onboard/pitanie.html> — Назва з екрана.
15. Туристична компанія Антарес Тур: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.antares-tour.com. — Назва з екрана.

Надійшла до редколегії 14.11.2013 р.

УДК 003.31. 34:316.773.2

В. М. ШКУРКІНА

**УМОВИ ВИНИКНЕННЯ ГРАФІЧНИХ ФОРМ
ЗНАКІВ-СИМВОЛІВ (НА ПРИКЛАДІ КЛИНОПИСУ,
ЕГИПЕТСЬКИХ ТА КИТАЙСЬКИХ ІЄРОГЛІФІВ)**

Здійснено історичний аналіз чинників, що сприяли виникненню символічних засобів фіксації інформації та найдавніших систем письма — єгипетської, шумерської, індійської, китайської. Визначено умови виникнення перших графічних форм знакових систем.