УДК 177:395

СЕРВІС ІЗ ПОВАГОЮ: ЯК ЕТИКЕТ ФОРМУЄ ТУРИСТИЧНУ КУЛЬТУРУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Вікторія Самсонова,
кандидат економічних наук, старший науковий співробітник
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Сьогодні ми живемо у світі глобалізації, активної мобільності та стрімкого розвитку туризму. У цьому контексті туристична сфера стає не лише економічним чинником, а й важливим культурним, соціальним та екологічним феноменом. І саме тут, на перетині культури, економіки та відповідальності, з'являється поняття "сервіс із повагою" – сервіс, в основі якого лежить етикет.

Етикет у сфері туризму не обмежується сухими формальностями – він стає інструментом формування туристичної культури, яка ґрунтується на принципах сталого розвитку. Поважливе ставлення до традицій, екологічна свідомість, готовність до діалогу та дотримання моральних норм – усе це сприяє гармонійному співіснуванню туристів, місцевих жителів і природи, формування культури сталого розвитку, збереженні унікальності туристичних дестинацій [1].

Дотримання норм етикету, насамперед, це створення атмосфери гостинності, довіри й взаєморозуміння. Наприклад, усмішка, щирість, уважність до потреб клієнта, знання місцевих звичаїв – ці, здавалося б, дрібниці, формують загальне враження про сервіс і впливають на рівень задоволеності туриста.

Але важливо пам'ятати, що діловий етикет – це ще й прояв соціальної відповідальності. Він зменшує ризики конфліктів, сприяє розвитку міжкультурного діалогу та збереженню соціальної гармонії у громадах, що приймають туристів. У контексті сталого розвитку туризму етикет відіграє роль неформального регулятора поведінки, який підтримує баланс між потребами гостей і правами місцевого населення.

Етикет у сфері туризму є не лише проявом ввічливості, а й важливим інструментом формування відповідального ставлення до довкілля, місцевих громад і культурної спадщини. Дотримання туристичного етикету – повага до правил поведінки, звичаїв, екологічних норм і ресурсів – сприяє гармонійній взаємодії між туристами, місцевими жителями та природним середовищем. Така культура поведінки допомагає зберігати автентичність територій, зменшує ризик конфліктів та підтримує сталі форми туризму.

Коли турист дотримується принципів поваги, відповідальності й екологічної свідомості, він стає співучасником сталого розвитку регіону. Наприклад, повага до місцевих традицій, мови, особливостей харчування чи

одягу демонструє культурну обізнаність і підтримує міжкультурний діалог. Поведінка, що враховує обмежені ресурси територій (вода, енергія, простір), знижує екологічне навантаження та сприяє збереженню туристичних дестинацій у належному стані для майбутніх поколінь.

Формування туристичної культури через етикет можливе завдяки освіті, просвітницьким кампаніям, державній політиці та прикладу з боку бізнесу [2]. Туроператори, гіди, заклади розміщення й обслуговування можуть популяризувати сталі практики, заохочуючи гостей дотримуватися правил відповідального туризму. Таким чином, етикет стає не лише індивідуальним вибором, а колективною нормою поведінки, що підтримує ідеї сталого розвитку в усьому туристичному ланцюгу.

У країнах із розвиненою туристичною інфраструктурою давно усвідомили значення етичного компонента у сервісній взаємодії. Наприклад, у Японії сервіс побудований на принципах глибокої поваги до гостя. Концепція «*омотенаші»* означає неформальний, щирий сервіс, у якому працівник не просто виконує інструкції, а передбачає потреби клієнта. Це приклад втілення етичних цінностей у кожній взаємодії – від мовчазної ввічливості до збереження приватності туриста.

У готельному та туристичному бізнесі Швейцарії ключовим є дотримання стандартів чесності, екологічної відповідальності та прозорості. Наприклад, готелі часто пропонують еко-пакети для гостей і відкрито інформують про походження продуктів чи джерела енергії, демонструючи етичне ставлення до природи та клієнта.

У Канаді велику увагу приділяють повазі до культурної ідентичності туристів. Працівники сфери обслуговування проходять тренінги з міжкультурної комунікації, інклюзивності та недискримінації. Це етичне підґрунтя забезпечує комфортне перебування туристів різного походження, релігії чи фізичних можливостей.

Туристичний сервіс у Швеції тісно пов’язаний із принципами сталого розвитку: зменшення вуглецевого сліду, підтримка локальних виробників, заохочення «зеленого» транспорту. Працівники готелів і туроператори активно інформують клієнтів про екологічно етичну поведінку, стимулюючи свідомий вибір туристів.

У німецькому туристичному сервісі підкреслюється точність, відкритість і відповідальність перед клієнтом. Повідомлення про умови послуг, повернення коштів, права споживача – це не просто юридична формальність, а елемент етичної поведінки у сфері туризму. Високий рівень стандартів обслуговування тут базується на взаємній довірі.

У взаємодії з туристами в Новій Зеландії велике значення має етика

культурної поваги, зокрема до народу маорі. Туристичні компанії навчають персонал основним засадам міжкультурного етикету та забезпечують представлення маорійської культури в турпродуктах без спотворення чи комерціалізації. Це приклад етичної взаємодії через культурну чутливість.

Сутність пропонованої нами концепції «сервіс з повагою» полягає в тому, щоб ставити людську гідність, етичну взаємодію та турботу про довкілля в основу кожного етапу обслуговування в туристичній сфері. Це не просто ввічливість чи дотримання стандартів, а глибше розуміння того, як поведінка персоналу, стиль комунікації та ставлення до клієнта можуть формувати довіру, комфорт і відповідальне ставлення до середовища.

«Сервіс з повагою» проявляється на рівнях демонстрації поваги до клієнта – незалежно від походження, національності, віку чи переконань; поваги до працівника – створення етичних умов праці, належне навчання й підтримка; поваги до культури й природи – врахування місцевих традицій, мінімізація шкоди довкіллю, підтримка сталого розвитку.

Створення «сервісу з повагою», на нашу думку, передбачає:

- навчання персоналу культурній обізнаності та міжнародним стандартам ділового етикету – важливо запроваджувати курси з етикету та міжкультурної комунікації для працівників готелів, екскурсоводів, водіїв та ін;
- створення етичних кодексів для туристичних підприємств та активне їх використання – туристичні організації повинні мати чіткі стандарти поведінки для персоналу і гостей;
- інформування туристів про культурні особливості регіону перед поїздкою – буклети, стенди, відео, що знайомлять із місцевими звичаями, святинями та правилами поведінки;
- підтримку відкритого діалогу між туристами та місцевими спільнотами.

Такі практики не тільки покращують якість обслуговування, а й формують відповідальне ставлення до культурної та природної спадщин. Формування «сервісу з повагою» дозволяє не лише підвищити якість туристичного обслуговування, а й сприяє гармонійному співіснуванню туризму та місцевих спільнот.

Отже, у сучасному світі, де туризм є одним із головних чинників глобального культурного та економічного обміну, зростає потреба не лише в якісному обслуговуванні, а й у відповідальному ставленні до навколишнього середовища, місцевих спільнот та культурної спадщини. Саме тут на перший план виходить вміння учасників туристичних процесів застосовувати сукупність норм ділового етикету, що визначають рівень поваги, делікатності та відповідальності у взаємодії між усіма учасниками туристичного процесу. Сервіс із повагою – це не мода і тренд, а необхідність. Це інвестиція у сталий розвиток,

у культурну дипломатію, у майбутнє, де туризм буде джерелом взаємозбагачення, а не конфліктів.

Список використаних джерел

1. Стойка А., Горюнова К. Управління сталим розвитком індустрії туризму: монографія. Київ : МДУ, 2024. 161 с.

2. Самсонова В.В., Кудінова І.П., Шевченко Н.Ю. Етичні механізми управління професійною поведінкою. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. Вип.2, С. 64-70.



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ВАРШАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУК ПРО ЖИТТЯ, М. ВАРШАВА, ПОЛЬЩА
ГДАНСЬКИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, М. ГДАНСЬК, ПОЛЬЩА
АЙОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, США
ЗАХІДНОЧЕСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ЧЕХІЯ
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЛУЛЕО, ШВЕЦІЯ
ШКОЛА ГУМАНІТАРНИХ НАУК ЛОНДОНСЬКОГО СТОЛИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ, ВЕЛИКА БРИТАНІЯ
АКАДЕМІЯ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ “МЕРКУР”, СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

IV МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

«ГОСТИННІСТЬ І ТУРИЗМ МАЙБУТНЬОГО: НАУКОВІ ТА ПРАКТИЧНІ ГОРИЗОНТИ»

30 квітня - 01 травня 2025 року, м. Київ

КИЇВ – 2025

УДК 338.48 “40”

Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: збірник тез доповідей IV-ої міжнародної науково-практичної конференції (30 квітня - 1 травня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 243 с.

Редакційна колегія:

Мельниченко С.В. – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Бандура В.М. – доктор технічних наук, професорка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Мосіюк С.І. – кандидат економічних наук, доцентка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції висвітлюються результати наукових досліджень з питань глобального, національного та регіонального розвитку туризму і сфери гостинності, соціокультурного виміру туризму та реалізації концепції сталого розвитку, маркетингу туристичних дестинацій та діджиталізації бізнес-процесів суб’єктів туристичної діяльності, інноваційних технологій та еко-трендів в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі.

Видання розраховане для студентів бакалаврату та магістратури, аспірантів, докторантів, дослідників, викладачів, суб’єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за зміст і достовірність тез доповідей несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редколегії збірника.

© Колектив авторів, 2025
© НУБіП України, 2025