

УДК 911.3

Бакало Н.В.

канд. екон. наук, доцент, НУ «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава

ЕТИКА ДІЛОВИХ ВІДНОСИН У ТУРИЗМІ

Етика – універсальна цінність, що виникла разом із людством і одразу стала тим неписаним правилом, яке спрямовувало суспільні дії, поведінку, мислення за визначеним напрямом [1].

Етика – це основа для визначення того, як люди повинні поводитися один з одним та з суспільством у цілому. Вона допомагає встановлювати моральні стандарти, які сприяють справедливості, повазі та гуманності. Етичні принципи формують наші особисті та професійні відносини, а також підтримують гармонію і порядок у суспільстві.

Етика ділових відносин – це система моральних принципів та норм поведінки, які регулюють взаємодію між учасниками ділового середовища, включаючи партнерів, клієнтів, співробітників та конкурентів. Дотримання етичних норм у бізнесі допомагає підтримувати довіру, забезпечує довгострокову співпрацю та сприяє розвитку позитивної репутації компанії.

Етика ділових відносин є основою для побудови довгострокових, взаємовигідних і прозорих відносин у бізнесі. Вона сприяє зміцненню довіри між партнерами, клієнтами та співробітниками, а також формуванню позитивного іміджу компанії.

Етика ділових відносин у туризмі є важливим аспектом взаємодії між різними учасниками туристичного ринку, включаючи туристів, туристичні агентства, туроператорів, постачальників послуг (готелі, транспортні компанії), а також органи влади. Вона полягає в дотриманні моральних і професійних стандартів, що забезпечують чесність, прозорість і взаємоповагу в процесі надання туристичних послуг.

Розглянемо основні принципи етики ділових відносин у туризмі рис.1.

Етика ділових відносин у туризмі спрямована на побудову довгострокових та взаємовигідних відносин між усіма учасниками ринку, що засновані на принципах чесності, прозорості, відповідальності та взаємоповаги. Це сприяє розвитку сталого туризму, покращенню репутації компаній та підвищенню задоволеності клієнтів.

Чесність і прозорість

- **Чесна реклама:** Туристичні агентства та туроператори повинні надавати точну та правдиву інформацію про послуги, що пропонуються, включаючи ціни, умови проживання, переліт і можливі додаткові витрати. Недопустимо вводити клієнтів в оману заради отримання прибутку.
- **Прозорість угод:** Всі умови договорів мають бути зрозумілими і прозорими для клієнтів. Важливо повідомляти туристів про можливі ризики, умови скасування туру та повернення коштів.

Повага до клієнтів

- **Задоволення потреб клієнта:** Туроператори та агентства повинні ставити на перше місце потреби клієнтів і допомагати їм у виборі турів, які відповідають їхнім очікуванням, бюджету і інтересам.
- **Конфіденційність:** Усі особисті дані клієнтів повинні залишатися конфіденційними і не передаватися третім особам без їхньої згоди.

Професіоналізм і компетентність

- **Якість обслуговування:** Учасники туристичного бізнесу повинні постійно вдосконалювати свої знання та навички, щоб надавати високоякісні послуги клієнтам. Співробітники повинні бути обізнаними про актуальні туристичні пропозиції та дотримуватися стандартів обслуговування.
- **Етичне вирішення конфліктів:** У разі виникнення непорозумінь чи конфліктів туроператори мають з повагою і чесністю шукати рішення, що задовольнять обидві сторони.

Соціальна відповідальність

- **Сталий туризм:** Туристичні компанії повинні сприяти розвитку сталого туризму, зважаючи на екологічні та культурні аспекти регіонів, куди відправляють туристів. Важливо враховувати вплив на навколишнє середовище і сприяти його збереженню.
- **Підтримка місцевих громад:** Туристичні компанії повинні поважати культуру та традиції місцевих громад і сприяти їх економічному розвитку, залучаючи місцевих жителів до надання послуг.

Взаємоповага між партнерами

- **Коректність у взаємовідносинах:** Туристичні агентства та оператори повинні дотримуватися етичних принципів у співпраці з партнерами, такими як готелі, авіакомпанії, транспортні компанії. Неприйнятними є несумлінна конкуренція та нечесна ділова практика.
- **Взаємна відповідальність:** Учасники туристичного ринку повинні брати відповідальність за виконання умов договорів і забезпечувати якісне надання послуг партнерам і клієнтам.

Захист прав туристів

- **Дотримання прав клієнтів:** Туристичні компанії зобов'язані забезпечувати захист прав клієнтів відповідно до чинного законодавства. Це включає прозорість умов надання послуг, відповідальність за якість наданих послуг і оперативне вирішення скарг.

Етика в роботі з колегами

- **Повага до конкурентів:** Важливо зберігати здорову конкуренцію без дискредитації інших компаній або порушення ділової етики. Обмін досвідом і співпраця на професійному рівні сприяють розвитку туристичного бізнесу.
- **Підтримка професійного розвитку:** Туристичні компанії повинні інвестувати в навчання та розвиток своїх співробітників, щоб вони могли надавати високоякісні послуги та дотримуватися етичних стандартів.

Рис. 1. Принципи етики ділових відносин у туризмі

Внесок туризму у взаєморозуміння та повагу між людьми та суспільствами:

1. Розуміння та просування етичних цінностей, спільних для всіх людей, і ставлення, яке демонструє толерантність і повагу до різноманітних релігійних, філософських і моральних переконань, є основою та наслідком відповідального туризму. Зацікавлені сторони, залучені до розвитку туризму, і самі туристи

повинні поважати та визнавати цінність соціальних і культурних традицій і звичаїв усіх народів, включаючи меншини та корінні народи.

2. Туристична діяльність повинна відповідати особливостям і традиціям приймаючих регіонів і країн і поважати їх закони, звичаї та звичаї.

3. Приймаючі громади, з одного боку, і місцеві фахівці, з іншого боку, повинні знайомитися з туристами, які їх відвідують, поважати їх і підтримувати, що професіонали сприяють доброзичливому прийому.

4. Робота влади полягає в тому, щоб захищати туристів і відвідувачів та їхнє майно, вони повинні приділяти особливу увагу безпеці іноземних туристів через їх потенційну вразливість, вони сприяють запровадженню спеціальних засобів інформації, профілактики, безпеки, страхування та допомоги відповідно до потреб туристів.

5. Туристи та відвідувачі не повинні під час своїх подорожей вчиняти злочини чи інші дії, які вважаються караними згідно із законодавством відвіданої країни, і не повинні брати участь у будь-якій поведінці, яка вважається образливою або образливою місцевим населенням або яка може завдати шкоди уникати місцевого середовища. Їм заборонено торгувати забороненими препаратами, зброєю, антикваріатом, охоронюваними видами, продуктами та речовинами, які є небезпечними або забороненими національними правилами.

6. Туристи та відвідувачі зобов'язані перед від'їздом ознайомитися з особливостями країн, які вони бажають відвідати. Вони повинні усвідомлювати ризики для здоров'я та безпеки, пов'язані з будь-якою подорожжю за межами свого звичайного середовища, і поводитись таким чином, щоб мінімізувати ці ризики.

Етика ділових відносин у туризмі спрямована на побудову довгострокових та взаємовигідних відносин між усіма учасниками ринку, що засновані на принципах чесності, прозорості, відповідальності та взаємоповаги. Це сприяє розвитку сталого туризму, покращенню репутації компаній та підвищенню задоволеності клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Крупський О. П. Професійна етика як фактор становлення й розвитку соціально-відповідальної організаційної культури туристичного підприємства / Вісник Дніпропетровського університету. Серія: «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». Випуск 6, 2014 https://www.researchgate.net/publication/298008708_Profesijna_etika_ak_faktor_stanovlenna_j_rozvitku_socialnoidpovidalnoi_organizacijnoi_kulturi_turisticnogo_pidpriemstva_Professional_ethics_as_factor_of_making_and_development_of_the_socio-responsib