12. Shcherban A. D. (2014). Tsinnisni oriientatsii osobystosti ta yikh klasyfikatsiia [Value orientations of personality and their classification]. *Sotsialni tekhnolohii: aktualni problemy teorii ta praktyky [Social technologies: topical issues of theory and practice]*. 64, 194-198. Retrieved from : http://nbuv.gov.ua /UJRN/stapttp_2014_64_25 [in Ukrainian].
13. Weber M. (1978). Economy and Society. Vol. 1. 85-86 [in English].

L. LIUBCHAK. Pedagogical conditions for the implementation of the value-based approach in the education of primary school pupils.

The article examines the problem of forming value orientations of junior schoolchildren. The relevance of the topic is determined in connection with the changes in the modern education system of Ukraine caused by global world and social challenges. The approaches to the interpretation of the concepts of «values» and «value orientations» are analysed. In interpreting these concepts, the author focuses on defining these categories as culture-mediated standards of the desired and proper attitude of an individual to the objects of material and spiritual activity of people and nature.

The emphasis is placed on the peculiarities of forming the value orientations of junior schoolchildren under martial law. It is noted that the education of values in junior schoolchildren should take place taking into account the age and individual characteristics of students, based on the ideas of the concept of the New Ukrainian School, the key components of which include a cross-cutting process of education that forms the values of the individual.

The pedagogical conditions for the implementation of the value-based approach in the education of primary school pupils are determined. Among the main conditions are the following: acceptance by all participants of educational interaction of socially significant values as their own beliefs, manifestation of appropriate behaviour in specific situations of life; purposeful and systematic cooperation of primary school teachers with parents of primary schoolchildren to implement an axiological approach to the education of students in the family and school; introduction of a trauma-informed approach to the organisation of a safe educational environment of primary school; use of information and communication technologies in the organisation of modern forms of education aimed at shaping students' personal and socially significant values.

Prospects for the use of modern information and communication technologies in the organisation of various forms of education of junior schoolchildren in the process of mixed and distance learning are revealed.

Keywords: *primary school students, education, values, value orientations, pedagogical conditions, value-based approach to education*

DOI: https://doi.org/10.31392/NZ-udu-163.2025.11
УДК 379.82:[338.482:159.9]

Онопрієнко В. П.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ДІЛОВОГО ЕТИКЕТУ В СФЕРІ АКТИВНОГО ТА РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ

У статті досліджено теоретико-методологічні та прикладні аспекти імплементації ділового етикету в організації активного і рекреаційного туризму. Здійснено аналіз ділового етикету як системи морально-етичних норм і правил професійної поведінки в туристичній сфері.

Вказано тлумачення терміна «рекреаційний туризм», що визначається як діяльність,

яка спрямована на відпочинок, фізичне й інтелектуальне омолодження людей.

Зазначено, що на сьогодні в Україні спостерігаються позитивні зрушення у сфері активного і рекреаційного туризму, з-поміж яких основними є: поява спеціалізованих туроператорів; відкриття нових об'єктів активного відпочинку; розширення спеціалізованої бази проживання; стрімкий розвиток інфраструктури. Зі свого боку, це сприяє становленню індустрії гостинності як ефективного інструменту розвитку туристичного бізнесу.

Проаналізовано особливості й принципи застосування ділового етикету в контексті організації активного і рекреаційного туризму. Важливо, щоб імплементація принципів ділового етикету в туристичній сфері відбувалася з урахуванням нормативно-правової бази туристичної діяльності.

Обґрунтовано вплив дотримання правил ділового етикету на ефективність взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності, якість туристичних послуг і конкурентоспроможність туристичних підприємств. Професійні етичні норми виконують комплексну функцію у структуруванні та впровадженні послуг пригодницького й оздоровчого туризму, суттєво впливаючи на компоненти цього бізнес-напрямку.

Доведено, що підвищенні вимоги до безпеки клієнтів, необхідність детального інформування щодо характеристик туристичних продуктів, а також використання природних ресурсів висувають особливі вимоги до активного й рекреаційного туризму.

Розроблено практичні рекомендації щодо впровадження і вдосконалення етичних стандартів у діяльності підприємств, які спеціалізуються на активному й рекреаційному туризмі.

Ключові слова: *діловий етикет, активний туризм, рекреаційний туризм, професійна етика, туристичний бізнес, комунікативна компетентність, міжкультурна комунікація, імплементація етичних стандартів.*

Сучасна туристична індустрія функціонує в середовищі надзвичайно інтенсивної конкурентної боротьби, постійно зростаючих очікувань клієнтів та всеохопного впливу світових інтеграційних тенденцій. Найстрімкіший розвиток спостерігається у напрямках пригодницького та оздоровчого туризму, що резонують із сучасними суспільними пріоритетами щодо підтримки оптимальної фізичної форми, екологічно свідомої поведінки та пошуку унікальних емоційних переживань. Статистичні дослідження Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) підтверджують постійне нарощування потенціалу пригодницького туризму, який формує вагомий окремий напрямок туристичної діяльності. Ілюстративним прикладом, як зазначає В.С. Мазур, слугує американський ринок пригодницького туризму, обсяг якого сягав 90 мільярдів доларів вже станом на 2011 рік, демонструючи стійку тенденцію до подальшого розширення [12, с. 359].

В Україні також спостерігаються позитивні зрушення в сфері активного та рекреаційного туризму: з'являються спеціалізовані туроператори, відкриваються нові об'єкти активного відпочинку, розширюється спеціалізована база проживання та розвивається інфраструктура, що сприяє становленню індустрії гостинності як ефективного інструменту розвитку туристичного бізнесу [12, с. 361]. Активний туризм визначається як вид туризму, що передбачає певні фізичні навантаження з використанням активних засобів пересування переважно на територіях з унікальним ландшафтом та збереженим

природним середовищем, має значний потенціал розвитку в різних регіонах України завдяки різноманітності ландшафту [4, с. 1].

У контексті розвитку активного та рекреаційного туризму особливого значення набуває діловий етикет як система норм і правил професійної поведінки працівників туристичної сфери. Діловий етикет у туристичній діяльності можна визначити як встановлений порядок поведінки співробітників туристичного підприємства з клієнтами й основи стосунків персоналу між собою: керівників і підлеглих, а також рівних за посадами [7, с. 1]. Як зазначав Д. Карнегі: «Успіхи тієї чи іншої людини у її фінансових справах на 15 % залежать від її професійних знань і на 85 % – від її вміння спілкуватися з людьми» [7, с. 1].

Мета статті полягає у дослідженні теоретико-методологічних та прикладних аспектів імплементації ділового етикету в організації активного та рекреаційного туризму, а також розробці практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності туристичної діяльності через вдосконалення етичних стандартів обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що проблематика ділового етикету в туризмі привертає увагу багатьох науковців. Теоретичні основи етики та етикету розглядаються в працях Н.І. Бугай [2], Т.А. Стоян [22], Ю.І. Палехи та Ю.В. Водерацького [14]. Питання ділового етикету в туристичній діяльності досліджувалися О.Ю. Бордун, М.З. Гамкало [1], О.П. Сагайдак [20]. Проблеми та перспективи розвитку активного та рекреаційного туризму в Україні висвітлено в роботах О.А. Мельниченка та В.О. Шведун [14], Н.М. Іванченко [7], Н.О. Кравченко [8]. Втім, недостатньо дослідженими залишаються питання практичної імплементації принципів ділового етикету в сфері активного та рекреаційного туризму, що зумовлює актуальність даного дослідження.

Теоретико-методологічні засади дослідження ділового етикету в туристичній сфері ґрунтуються на комплексному підході до розуміння сутності та функцій етичних норм у професійній діяльності. Діловий етикет як соціокультурне явище та інструмент управління у сфері туризму інтегрує морально-етичні, соціально-психологічні та організаційно-економічні аспекти взаємодії між суб'єктами туристичного ринку. За визначенням дослідників, етикет ділового спілкування – це набір правил поведінки, звичаї та соціальні норми, необхідні в ділових відносинах і особистому спілкуванні [6, с. 2]. У сучасному бізнес-середовищі етичні норми зазнають трансформацій: суспільство відходить від стереотипного класового мислення, а людяність, ввічливість та простота стають важливішими за статус [6, с. 3].

Згідно з дослідженнями В.С. Мазура, комунікація як складова туризму досліджена фрагментарно, незважаючи на велику значимість цього фактора [12, с. 360]. Відсутня цілісна концепція і класифікація комунікацій в туризмі, що актуалізує необхідність теоретико-методологічного

обґрунтування ролі ділового етикету як інструменту забезпечення ефективної комунікації в туристичній діяльності.

Значення ділового етикету в туристичній сфері підтверджується численними дослідженнями. Зокрема, дослідження, проведене серед стейкхолдерів індустрії гостинності та туризму, виявило, що професійний етикет вважається надзвичайно важливим елементом у різноманітних ситуаціях, і більшість професіоналів у сфері маркетингу вважають, що етикет повинен бути включений як частина навчальної програми бізнес-шкіл [25].

Ґрунтуючись на всебічному вивченні фахової літератури, можемо окреслити ключові засади професійного етикету, що набувають виняткової ваги у галузі динамічного та відновлювального туризму [7]. Першорядним є раціональність – вимоги службової поведінки мають відображати прагматичний підхід, оптимізувати часові витрати, сприяти впорядкуванню робочих процесів та координації дій працівників. Морально-ціннісна основа передбачає формування внутрішніх регуляторів, які відсікають неприйнятні вчинки співробітників від професійної взаємодії. Комфортність для персоналу туристичних компаній означає відсутність сприйняття етикетних норм як штучно впроваджених або чужорідних елементів. Прагматична орієнтованість визначає відповідність кожного правила конкретним практичним завданням. Ресурсозбереження передбачає розумне використання матеріальних та нематеріальних ресурсів при впровадженні етикетних рекомендацій. Природність виконання етичних настанов забезпечує їхнє органічне включення у повсякденну професійну діяльність. Багатофункціональність дозволяє адаптувати норми професійного етикету до різноманітних ситуацій ділової комунікації. Результативність етикетних стандартів проявляється в оптимізації термінів реалізації контрактів, гармонізації міжособистісних відносин у робочому середовищі тощо.

Важливо зазначити, що імплементація принципів ділового етикету в туристичній сфері має відбуватися з урахуванням нормативно-правової бази туристичної діяльності. Основними документами, що регулюють туристичну діяльність в Україні, є Конституція України, Цивільний та Господарський кодекси України, Закон України «Про туризм», Закон України «Про підприємства в Україні», Закон України «Про ліцензування окремих видів господарської діяльності» та інші нормативно-правові акти [22, с. 1]. Хоча в цих документах безпосередньо не регламентуються питання ділового етикету, вони створюють правове підґрунтя для формування етичних стандартів у діяльності туристичних підприємств.

Активний та рекреаційний туризм становлять важливі сегменти сучасної туристичної індустрії, кожен з яких має свої специфічні

характеристики, що впливають на застосування принципів ділового етикету.

Активний туризм характеризується певними фізичними навантаженнями з використанням активних засобів пересування. До найпопулярніших видів активного туризму відносять піший, велосипедний, водний (рафтинг, сплави на катамаранах, каяках), гірськолижний, альпінізм, дайвінг та інші [3, с. 1]. За останніми даними, в світі намітилась тенденція до становлення активного (або пригодницького) туризму як окремого значущого сегменту галузі.

Рекреаційний туризм, у свою чергу, визначається як діяльність, спрямована на відпочинок, фізичне та інтелектуальне омолодження людей [16, с. 1]. Його головними цілями є активний відпочинок, створення добробуту, відновлення працездатності, збереження і поліпшення здоров'я. Рекреаційний туризм включає різноманітні туристичні заходи: від знайомства з далекими та екзотичними місцями до насолодження морським відпочинком та участі в культурних програмах і різноманітних видах розваг [16, с. 1].

П. Р. Пуцентейло зазначає, що організація туристично-готельного підприємництва базується на поєднанні економічних та етичних принципів обслуговування, що є запорукою прибутковості туристичного бізнесу в довгостроковій перспективі [18, с. 142]. Автор наголошує на необхідності дотримання професійної етики у взаємовідносинах з клієнтами як на важливому економічному чиннику розвитку туристичної галузі.

Україна має значний потенціал для розвитку активного та рекреаційного туризму завдяки різноманітному ландшафту – чергуванню низин та гір, степу, лісів та інших природних комплексів, що, як підкреслює В.С. Мазур, створює унікальні можливості для розвитку інфраструктури гостинності [12, с. 362]. Туристичні території України мають достатній потенціал для розвитку активного туризму: понад двадцять річок у різних регіонах використовуються для рафтингу та сплавів, існують можливості для дайвінгу, спелеотуризму тощо [3, с. 2].

Для ефективної організації активного та рекреаційного туризму важливим є не лише наявність відповідних природних ресурсів, але й дотримання етичних принципів у взаємодії зі споживачами, партнерами та місцевими громадами. Саме тому діловий етикет виступає ключовим фактором успішного функціонування підприємств, що спеціалізуються на наданні послуг активного та рекреаційного туризму.

Професійні етичні норми виконують комплексну функцію у структуруванні та впровадженні послуг пригодницького та оздоровчого туризму, здійснюючи вплив на численні компоненти цього бізнес-напрямку. Проаналізуємо визначальні вектори впливу корпоративних етичних стандартів на операційну діяльність компаній, які зосереджують

свої зусилля на організації пригодницьких та оздоровчих туристичних пропозицій.

По-перше, діловий етикет визначає стандарти обслуговування клієнтів туристичних підприємств. Дослідження показують, що менеджери витрачають більшу частину свого робочого часу на комунікації, тобто на обмін інформацією: заплановані засідання і зустрічі – 59 %; робота з документами – 22%; незаплановані зустрічі – 10%; розмови по телефону – 6%, поїздки та огляди – 3% [3, с. 1]. У сфері активного та рекреаційного туризму цей показник може бути навіть вищим через необхідність детального інформування клієнтів щодо особливостей маршрутів, правил безпеки, необхідного спорядження тощо.

Відповідно до принципів ділового етикету, комунікація з клієнтами має бути чіткою, коректною і позбавленою двозначностей [6, с. 2]. Для активного туризму, де безпека учасників є ключовим пріоритетом, цей аспект набуває особливого значення. Забезпечення клієнтів повною і достовірною інформацією про можливі ризики, необхідну підготовку та екіпірування є не лише маркетинговою стратегією, але й етичним обов'язком туристичних операторів.

По-друге, діловий етикет впливає на формування професійної культури працівників туристичних підприємств. Дотримання етичних норм у стосунках між керівниками та підлеглими, а також між рівними за посадами співробітниками, сприяє створенню позитивного морально-психологічного клімату в колективі. Це, у свою чергу, впливає на якість обслуговування клієнтів та ефективність роботи підприємства в цілому.

О.П. Корольчук наголошує, що службовий етикет є сукупністю найдоцільніших правил поведінки там, де відбувається професійна діяльність [23, с. 78]. Дотримання правил і вимог службового етикету є обов'язковим для всіх, адже це сприяє створенню сприятливого морально-психологічного клімату для людей, під впливом якого формується гарний настрій людини, що, в свою чергу, впливає на здоров'я людини та на продуктивність її праці.

Особливо важливим аспектом ділового етикету в туризмі є міжкультурна комунікація. Оскільки активний та рекреаційний туризм часто передбачає взаємодію з представниками різних культур, вміння враховувати культурні особливості та традиції є необхідною компетенцією працівників туристичної сфери. Дослідження показують, що повага до чужої культури є основою міжнародного етикету [13, с. 3]. Перед тим, як організовувати тури для іноземних туристів або відправляти вітчизняних туристів за кордон, необхідно вивчити основні правила етикету та культурні традиції відповідних країн, що допоможе уникнути неприємностей та продемонструвати повагу до місцевих мешканців [13, с. 3].

По-третє, діловий етикет є важливим фактором формування іміджу туристичного підприємства. Компанії, які дотримуються норм етикету, отримують позитивний імідж на ринку, що залучає нових клієнтів і партнерів [8, с. 2]. Для підприємств, що спеціалізуються на активному та рекреаційному туризмі, позитивний імідж є особливо важливим, оскільки в цих сегментах туристичного ринку рекомендації та відгуки клієнтів відіграють значну роль у залученні нових споживачів.

У контексті активного туризму, де безпека клієнтів є пріоритетом, репутація компанії як надійного та етичного партнера може бути вирішальним фактором вибору для потенційних клієнтів. Дотримання етичних норм у спілкуванні з клієнтами, чесне інформування про можливі ризики та рівень складності маршрутів, забезпечення належного рівня підготовки гідів та інструкторів – усі ці аспекти ділового етикету безпосередньо впливають на безпеку туристів та репутацію компанії.

По-четверте, діловий етикет сприяє налагодженню ефективної співпраці з партнерами та постачальниками послуг. У сфері активного та рекреаційного туризму така співпраця часто включає взаємодію з транспортними компаніями, закладами розміщення, пунктами прокату та сервісу туристичного спорядження, місцевими гідами та інструкторами. Дотримання етичних норм у ділових стосунках з партнерами забезпечує стабільність та надійність такої співпраці, що є необхідною умовою для надання якісних послуг клієнтам.

І.Г. Смирнов, досліджуючи логістичні аспекти туризму, підкреслює, що ефективна логістика в управлінні туристичними потоками повинна базуватися на етичних засадах взаємовідносин між усіма учасниками туристичного процесу [21, с. 115]. На його думку, дотримання логістичних принципів з урахуванням етичних норм є фундаментом якісного обслуговування туристів та важливою складовою професійного етикету в галузі.

Нарешті, діловий етикет визначає стандарти відповідальності туристичних підприємств перед суспільством та навколишнім середовищем. Це особливо актуально для активного та рекреаційного туризму, які часто реалізуються на територіях з унікальним ландшафтом та збереженим природним середовищем. Етичний підхід до використання природних ресурсів, повага до місцевих громад та їхніх традицій, мінімізація негативного впливу туристичної діяльності на екосистеми – усі ці аспекти відображають принципи ділового етикету в контексті соціальної відповідальності бізнесу.

На основі проведеного дослідження можна запропонувати наступні практичні рекомендації щодо впровадження та вдосконалення етичних стандартів у діяльності підприємств, що спеціалізуються на активному та рекреаційному туризмі:

1. Розробка корпоративного кодексу ділового етикету, який враховує специфіку активного та рекреаційного туризму. Такий кодекс має включати чіткі правила взаємодії з клієнтами, партнерами, місцевими громадами та навколишнім середовищем. Як зазначають дослідники [20, с. 4], не випадково великі фірми та корпорації створюють власні Кодекси честі, в яких передбачено норми взаємин та правила службового етикету.

2. Впровадження системи навчання та підвищення кваліфікації персоналу з питань ділового етикету. Особливу увагу слід приділяти розвитку комунікативної компетентності працівників, зокрема в контексті міжкультурної комунікації. За даними дослідження [25, с. 2], більшість менеджерів з маркетингу переконані, що навчання етикету є важливим елементом професійної підготовки працівників туристичної сфери.

3. Розробка стандартів обслуговування клієнтів, які враховують етичні аспекти надання послуг активного та рекреаційного туризму. Ці стандарти мають забезпечувати повне та достовірне інформування клієнтів про характеристики туристичних продуктів, можливі ризики та умови їх мінімізації. Важливо, щоб такі стандарти відповідали вимогам чинного законодавства, зокрема Закону України «Про туризм» [22], який визначає права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності та споживачів туристичних послуг.

4. Впровадження системи моніторингу дотримання етичних стандартів у діяльності підприємства. Це може включати регулярну оцінку якості обслуговування клієнтів, аналіз відгуків та рекламацій, а також оцінку впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище та місцеві громади. Такий моніторинг має ґрунтуватися на чітких критеріях та показниках, що дозволяють об'єктивно оцінити рівень дотримання етичних стандартів.

5. Розвиток партнерських відносин з місцевими громадами на засадах взаємоповаги та взаємовигоди. Це може включати залучення місцевих жителів до надання певних послуг (розміщення, харчування, проведення екскурсій тощо), а також підтримку соціальних та екологічних ініціатив місцевих громад. Такий підхід не лише сприяє сталому розвитку туризму, але й підвищує лояльність місцевого населення до туристичної діяльності.

6. Впровадження екологічно відповідальних практик ведення бізнесу. Для підприємств, що спеціалізуються на активному та рекреаційному туризмі, це особливо важливо, оскільки їхня діяльність безпосередньо пов'язана з використанням природних ресурсів. Етичний підхід передбачає мінімізацію негативного впливу на екосистеми та сприяння збереженню біорізноманіття. Це відповідає принципам сталого розвитку туризму, які визначені Всесвітньою туристичною організацією.

7. Розвиток корпоративної культури, базованої на принципах ділового етикету. Це включає формування атмосфери взаємоповаги та взаємодопомоги в колективі, заохочення етичної поведінки працівників, а також створення умов для їхнього професійного та особистого розвитку. Важливим аспектом корпоративної культури є відповідність зовнішнього іміджу компанії її внутрішнім цінностям та практикам.

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки щодо теоретико-методологічних та прикладних аспектів імплементації ділового етикету в сфері активного та рекреаційного туризму. Діловий етикет є важливою складовою професійної діяльності в сфері туризму, що визначає стандарти поведінки співробітників туристичних підприємств у взаємодії з клієнтами, партнерами, колегами та суспільством в цілому. Теоретико-методологічні засади дослідження ділового етикету в туризмі ґрунтуються на комплексному підході, який інтегрує морально-етичні, соціально-психологічні та організаційно-економічні аспекти взаємодії між суб'єктами туристичного ринку.

Специфіка активного та рекреаційного туризму, зокрема підвищені вимоги до безпеки клієнтів, необхідність детального інформування про характеристики туристичних продуктів, а також використання природних ресурсів, визначає особливі вимоги до етичних стандартів у цих сегментах туристичного ринку. Принципи ділового етикету, такі як здоровий глузд, етичність, зручність, доцільність, економічність, невимушеність, універсалізм та ефективність, набувають специфічного змісту в контексті організації активного та рекреаційного туризму.

Дотримання принципів ділового етикету в організації активного та рекреаційного туризму сприяє підвищенню якості обслуговування клієнтів, формуванню позитивного іміджу туристичних підприємств, налагодженню ефективної співпраці з партнерами та постачальниками послуг, а також реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу.

Імплементація етичних стандартів у діяльність підприємств, що спеціалізуються на активному та рекреаційному туризмі, потребує системного підходу, що включає розробку корпоративного кодексу ділового етикету, навчання персоналу, впровадження стандартів обслуговування клієнтів, моніторинг дотримання етичних норм, розвиток партнерських відносин з місцевими громадами, впровадження екологічно відповідальних практик ведення бізнесу та розвиток корпоративної культури.

Практична значущість результатів дослідження полягає в розробці рекомендацій щодо імплементації принципів ділового етикету в діяльність підприємств активного та рекреаційного туризму, які можуть бути використані для підвищення ефективності їхньої діяльності, зміцнення конкурентних позицій на ринку та забезпечення сталого розвитку.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою методик оцінки впливу ділового етикету на ефективність діяльності підприємств активного та рекреаційного туризму, вивченням особливостей етичних норм у різних сегментах туристичного ринку, аналізом впливу цифрової трансформації туристичної галузі на зміст та форми ділового етикету, а також дослідженням впливу культурних відмінностей на формування етичних стандартів у міжнародному туризмі.

Використана література:

1. Бордун О. Ю., Гамкало М. З. (2006). Діловий етикет в туризмі. Навчально-методичні вказівки для студентів географічного факультету спеціальності «Туризм» та «Менеджмент організацій». Львів : ВКП фірма «ВМС». 45 с.
2. Бугай Н. І. (2000). Український етикет: Посібник для дітей та дорослих. Київ : В-во «Бібліотека українця». 272 с.
3. Дерябчинська А. В. Розвиток активного туризму в Україні. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/derebchynska.htm.
4. Діловий етикет в діяльності туристичного підприємства. URL: http://infotour.in.ua/rudenko31.htm
5. Діловий етикет та етика ділового спілкування. URL: https://online.novaposhta.education/blog/dilovij-etiket-printsipi-spilkuvannya-z-partnerami.
6. Діловий етикет у туризмі – презентація онлайн. URL: https://ppt-online.org/291888.
7. Іванченко Н. М. (2015). Проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму. Ефективна економіка, №5. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4112.
8. Кравченко Н. О. Туризм як вид рекреаційної діяльності. Альтернативні види туризму. URL: https://tourlib.net/books_ukr/kravchenko1-2.htm.
9. Комунікаційна майстерність, Діловий етикет у туризмі. URL: https://pidru4niki.com/14860110/turizm/komunikatsiyna_maysternist.
10. Ліпенцев А. В. (1998). Службовий етикет у менеджменті: формування та застосування на підприємстві: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 / ДУ «Львівська політехніка». Львів. 16 с.
11. Етика та психологія ділових відносин. URL : https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/12lesko_etika_ta_psihologiya_dilovih_vidnosin/p3.html
12. Мазур В.С. (2017). Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. Журнал європейської економіки, Т.16, №3(62), с. 358-366.
13. Менеджмент туристичної індустрії. Туристично-рекреаційні ресурси України. URL : https://buklib.net/books/27364/ (дата звернення: 08.02.2025).
14. Мельниченко О.А., Шведун В.О. (2017). Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків : НУЦЗУ. 153 с.
15. Міжнародний етикет для подорожей закордон. URL: https://etyket.org.ua/abroad.
16. Нормативно-правова база туристичної діяльності. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo24.htm.
17. Палеха Ю. І., Водерацький Ю. В. (1999). Етика ділових стосунків: навчально-методичний посібник. Київ. 243 с.
18. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 300 с.
19. Рекреаційний туризм. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Рекреаційний_туризм.
20. Сагайдак О.П. (2005). Дипломатичний протокол та етикет: навч. посіб. Київ : Знання. 324 с.
21. Смирнов І. Г. (2009) Логістика туризму: навч. посіб. Київ : Знання. 444 с.

22. Стоян Т.А. (2004). Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена. Київ : УНЛ. 232 с.
23. Корольчук О. П. (2002) Ділове спілкування: навч. посіб. Київ : КНТЕУ,. 272 с.
24. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР (зі змінами та доповненнями). URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр.
25. Дослідження сприйняття професійного етикету стейкхолдерами у сфері гостинності та туризму [An Exploratory Study of Hospitality and Tourism Stakeholders' Perceptions of Professional Etiquette]. URL: https://www.researchgate.net/publication/335212303_An_Exploratory_Study_of_Hospitality_and_Tourism_Stakeholders'_Perceptions_of_Professional_Etiquette.

References

1. Bordun, O.Yu., & Hamkalo, M.Z. (2006). Dilovyi etyket v turyzmi. Navchalno-metodychni vkazivky dlia studentiv heohrafichnoho fakultetu spetsialnosti «Turyzm» ta «Menedzhment orhanizatsii». Lviv : VKP firma «VMS». 45 p. [in Ukrainian]
2. Buhai, N.I. (2000). Ukrainskyi etyket: Posibnyk dlia ditei ta doroslykh. Kyiv : V-vo «Biblioteka ukraintsia». 272 p. [in Ukrainian]
3. Deriabchynska, A.V. (2025) Rozvytok aktyvnoho turyzmu v Ukraini [Development of active tourism in Ukraine]. Retrieved February 8, , from https://tourlib.net/statti_ukr/derebchynska.htm [in Ukrainian]
4. Dilovyi etyket v diialnosti turystychnoho pidpryiemstva [Business etiquette in the activities of the tourism enterprise]. Retrieved February 8, 2025, from http://infotour.in.ua/rudenko31.htm [in Ukrainian]
5. Dilovyi etyket ta etyka dilovoho spilkuvannia [Business etiquette and ethics of business communication]. Retrieved February 8, 2025, from https://online.novaposhta.education/blog/dilovij-etiket-printsipi-spilkuvannya-z-partnerami [in Ukrainian]
6. Dilovyi etyket u turyzmi – prezentatsiia onlain [Business etiquette in tourism – online presentation]. Retrieved February 8, 2025, from https://ppt-online.org/291888 [in Ukrainian]
7. Ivanchenko, N.M. (2015). Problemy ta perspektyvy rozvytku rekreatsiinoho turyzmu [Problems and prospects of recreational tourism development]. Efektyvna ekonomika, 5. Retrieved February 8, 2025, from http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4112 [in Ukrainian]
8. Kravchenko, N.O. Turyzm yak vyd rekreatsiinoi diialnosti. Alternatyvni vydy turyzmu [Tourism as a type of recreational activity. Alternative types of tourism]. Retrieved February 8, 2025, from https://tourlib.net/books_ukr/kravchenko1-2.htm [in Ukrainian]
9. Komunikatsiina maisternist, Dilovyi etyket u turyzmi [Communication skills, Business etiquette in tourism]. Retrieved February 8, 2025, from https://pidru4niki.com/14860110/turizm/komunikatsiyna_maysternist [in Ukrainian]
10. Lipentsev, A.V. (1998). Sluzhbovyi etyket u menedzhmenti: formuvannia ta zastosuvannia na pidpryiemstvi [Service etiquette in management: formation and application at the enterprise] (Extended abstract of candidate's thesis). Lviv: DU «Lvivska politekhnika». 16 p. [in Ukrainian]
11. Etyka ta psykholohiia dilovykh vidnosyn [Ethics and psychology of business relations]. Retrieved February 8, 2025, from https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/12lesko_etika_ta_psihologiya_dilovih_vidnosin/p3.html [in Ukrainian]
12. Mazur, V.S. (2017). Industriia hostynnosti – efektyvnyi instrument rozvytku turystychnoho biznesu [Hospitality industry as an effective tool for tourism business development]. Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky, 16(3), 358-366. [in Ukrainian].
13. Menedzhment turystychnoi industrii. Turystychno-rekreatsiini resursy Ukrainy [Management of the tourism industry. Tourist and recreational resources of Ukraine]. Retrieved February 8, 2025, from https://buklib.net/books/27364/ [in Ukrainian]
14. Melnychenko, O.A., & Shvedun, V.O. (2017). Osoblyvosti rozvytku industrii turyzmu v Ukraini: monohrafiia. Kharkiv: NUTsZU. 153 p. [in Ukrainian]

15. Mizhnarodnyi etyket dlia podorozhei zakordon [International etiquette for traveling abroad]. Retrieved February 8, 2025, from https://etyket.org.ua/abroad/ [in Ukrainian]
16. Normatyvno-pravova baza turystychnoi diialnosti [Regulatory and legal framework of tourism activity]. Retrieved February 8, 2025, from https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo24.htm [in Ukrainian]
17. Palekha, Yu.I., & Voderatskyi, Yu.V. (1999). Etyka dilovykh stosunkiv: navchalno-metodychnyi posibnyk. Kyiv. 243 p. [in Ukrainian]
18. Putsenteilo, P. R. (2007). Ekonomika i orhanizatsiia turystychno-hotelnoho pidpryiemnytstva : navchalnyi posibnyk [Economics and organization of tourism and hotel business: a textbook]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. 300 p. [in Ukrainian]
19. Rekreatsiinyi turyzm [Recreational tourism]. Retrieved February 8, 2025, from https://uk.wikipedia.org/wiki/Рекреаційний_туризм [in Ukrainian]
20. Sahaidak, O.P. (2005). Dyplomatychnyi protokol ta etyket: navch. posib. Kyiv: Znannia. 324 p. [in Ukrainian]
21. Smyrnov, I. H. (2009). Lohistyka turyzmu: navchalnyi posibnyk [Tourism logistics: a textbook]. Kyiv: Znannia. 444 p. [in Ukrainian]
22. Stoian, T.A. (2004). Dilovyi etyket: moralni tsinnosti i kultura povedinky biznesmena [Business etiquette: moral values and culture of businessman behavior]. Kyiv : UNL. 232 p. [in Ukrainian]
23. Korolchuk, O. P. (2002). Dilove spilkuvannia: navchalnyi posibnyk [Business communication: a textbook]. Kyiv: KNTEU. 272 p. [in Ukrainian]
24. Zakon Ukrainy «Pro turyzm» vid 15.09.1995 r. № 324/95-VR (zi zminamy ta dopovnenniamy) [Law of Ukraine «On Tourism» dated September 15, 1995, No. 324/95-VR (with amendments and additions)]. Retrieved February 8, 2025, from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр [in Ukrainian]
25. An Exploratory Study of Hospitality and Tourism Stakeholders' Perceptions of Professional Etiquette. Retrieved February 8, 2025, from https://www.researchgate.net/publication/335212303_An_Exploratory_Study_of_Hospitality_and_Tourism_Stakeholders'_Perceptions_of_Professional_Etiquette [in English]

V. Onopriienko. The oretical and methodological aspects of business etiquette implementation in active and recreational tourism.

The article examines the theoretical, methodological and applied aspects of the implementation of business etiquette in the organization of active and recreational tourism. An analysis of business etiquette as a system of moral and ethical norms and rules of professional behavior in the tourism sector is carried out.

The interpretation of the term "recreational tourism" is indicated, which is defined as an activity aimed at recreation, physical and intellectual rejuvenation of people.

It is noted that today in Ukraine there are positive developments in the field of active and recreational tourism, the main of which are: the emergence of specialized tour operators; the opening of new active recreation facilities; the expansion of specialized accommodation facilities; the rapid development of infrastructure. In turn, this contributes to the establishment of the hospitality industry as an effective tool for the development of the tourism business.

The features and principles of applying business etiquette in the context of the organization of active and recreational tourism are analyzed. It is important that the implementation of the principles of business etiquette in the tourism sector takes place taking into account the regulatory and legal framework of tourism activities.

The impact of compliance with the rules of business etiquette on the effectiveness of interaction between tourism entities, the quality of tourism services and the competitiveness of tourism enterprises is substantiated. Professional ethical norms perform a complex function in the structuring and implementation of adventure and health tourism services, significantly influencing the components of

this business area.

It is proven that increased requirements for customer safety, the need for detailed information about the characteristics of tourism products, as well as the use of natural resources impose special requirements on active and recreational tourism.

Practical recommendations have been developed for the implementation and improvement of ethical standards in the activities of enterprises specializing in active and recreational tourism.

Keywords: *business etiquette, active tourism, recreational tourism, professional ethics, tourism business, communicative competence, intercultural communication, ethical standards implementation.*

DOI: https://doi.org/10.31392/NZ-udu-163.2025.12
УДК 355.014:[17.023.6+17.03]

Остапчук Т. С., Гібало О. В., Акрамов М.

ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНИХ ТА ЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ У БІЙЦІВ ССО

Сили спеціальних операцій Збройних Сил України є не просто елітним військовим формуванням, а структурою, що втілює сучасну філософію ведення війни: асиметричну, високотехнологічну, морально вмотивовану. Основу боєздатності таких підрозділів становить не лише фізична витривалість чи технічна досконалість, а й високий рівень моральної свідомості. Саме тому підготовка особового складу ССО передбачає системну роботу над формуванням морально-етичних орієнтирів, що узгоджується з положеннями військової етики.

У статті висвітлено проблему формування морально-етичних цінностей у військовослужбовців Сил спеціальних операцій Збройних Сил України як ключового чинника їхньої професійної підготовки та бойової ефективності. Автори акцентують увагу на тому, що успішне виконання завдань спеціального призначення неможливе без високого рівня моральної зрілості, вольової стійкості, відповідальності, самодисципліни та здатності до самопожертви. У публікації подано системний аналіз моральних якостей, які необхідно цілеспрямовано виховувати у майбутніх спецпризначенцях, зокрема: честь, чесність, братерство, патріотизм, відповідальність і моральна витримка.

Стаття описує багаторівневу модель формування етичних орієнтирів, яка реалізується протягом кількох етапів підготовки бійців ССО – від початкового курсу до участі в бойових тренуваннях, максимально наближених до реальних умов війни. Особлива увага приділяється психологічним, педагогічним і нормативно-правовим аспектам процесу підготовки, а також ролі командирів, капеланів та офіцерів психологічної підтримки персоналу у цьому процесі. Розкрито значення морального вибору у кризових ситуаціях і наголошено на необхідності поєднання військової майстерності з етичними принципами поведінки. Матеріал ґрунтується на національному та міжнародному досвіді формування військової етики у структурах спеціального призначення.

Ключові слова: *ССО, моральні цінності, етична підготовка, самодисципліна, честь, самопожертва, психологічна стійкість, військове лідерство, підготовка.*