

УДК 008:379.85

*Устименко Леся Миколаївна,
кандидат педагогічних наук, доцент;
Агеєва Станіслава Олегівна,
магістрантка V курсу,
Київський національний університет культури і мистецтв*

КРОСКУЛЬТУРНІ КОНФЛІКТИ В ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

У даній статті розглянуто конфліктні ситуації, що виникають у галузі туризму в процесі організації та здійснення подорожей у контексті кроскультурного спілкування. Запропоновано авторську класифікацію кроскультурних конфліктів у туризмі. Проаналізовано причини їх виникнення та шляхи їх вирішення.

Ключові слова: туризм, культура, кроскультурний, конфлікт, діалог культур, комунікація.

В статье рассмотрено конфликтные ситуации, возникающие в отрасли туризма в процессе организации и совершения путешествий в контексте кроскультурного общения. Предложено авторскую классификацию кроскультурных конфликтов в туризме. Проанализировано причины их возникновения, а также пути их решения.

Ключевые слова: туризм, культура, кроскультурный, конфликт, диалог культур, коммуникация.

In this article it is considered the conflict situations arising in branch of tourism in the course of the organization and commission of travel in a context of cross-cultural communication. It is offered author's classification of the cross-cultural conflicts in tourism. It is analysed the reasons of their emergence, and also a way of their decision.

Key words: tourism, culture, cross-cultural, conflict, dialogue of cultures, communication.

Процеси глобалізації, що мають швидку тенденцію до розвитку в наш час на світовому ринку, торкаються і ринку туристичних послуг. Унаслідок цього збільшується кількість контактів між представниками різноманітних культур. Ці контакти охоплюють величезний спектр сфер людської діяльності, починаючи від контактів на побутовому рівні, закінчуючи професійним співробітництвом. Після отримання незалежності наша держава утвердилася на світовому економічному ринку, в тому числі й на туристичному. За результатами аналізу туристичної конкурентоспроможності в 2013 р. Україна посіла 76 місце зі 140 країн. Порівняно з минулими роками, вона помітно перемістилася в рейтингу (у 2011 р. – 85 місце) [10]. Вхідження в загальний економічний простір і посідання в ньому своєї стабільної ніші неможливі без урахування культурних особливостей тих країн, з якими Україна здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Міжнародні культурні контакти призводять як до збагачення культур, так і до проявів глобалізації, що не завжди позитивно впливає на національну культуру, що актуалізує здійснення кроскультурних досліджень, особливо тих, що стосуються виникнення кроскультурних конфліктів в організації туристичної діяльності, адже нині вона є невід'ємною частиною зовнішньоекономічної діяльності будь-якої розвинутої країни. У зв'язку з чим є актуальною проблема вирішення кроскультурних конфліктів у туристичній діяльності, що потребує теоретичних і практичних розробок із їх недопущення або зведення до мінімуму.

Нині в роботах українських і зарубіжних науковців недостатньо висвітлено питання кроскультурних конфліктів у галузі туризму. Відсутність ґрунтовних наукових робіт на дану тематику в Україні, скоріш за все, спричинена «молодістю» нашої держави. Відповідно, галузь туризму тільки набирає обертів, і, здебільшого, орієнтується на внутрішні подорожі. Невелика кількість досліджень з цієї проблеми зарубіжних науковців спричинена тим, що дотепер процеси глобалізації в загальному огляді мали позитивні наслідки як для загальносвітового економічного процесу, так і для туризму зокрема. У той же час не можна недооцінювати той факт, що туризм є одним із чинників глобалізації, яка має змогу призвести до відчутних змін у культурному середовищі багатьох країн і народностей [7, с. 70].

Кроскультурні конфлікти розглядаються такими науками як психологія, соціологія, культурологія та комунікативний менеджмент. Питання кроскультурних конфліктів розглядалися в роботах українських і зарубіжних дослідників, зокрема основи кроскультурної комунікації загалом, а в туризмі – основи конфліктології та культури ділового спілкування (А. А. Білика, М. Б. Бергельсона, О. О. Любіцевої, Н. І. Гусевої, І. С. Корнілова, М. В. Алдошиної та Г. М. Брусильцевої та ін.). Більшість науковців робить акцент у своїх роботах на описах кроскультурних конфліктів, а поставлена проблема потребує конкретних методик щодо оптимізації вирішення кроскультурних конфліктів. Метою даного дослідження є виявлення основних видів кроскультурних конфліктів, які можуть виникати у процесі організації міжнародного туризму, та шляхів їх вирішення.

Згідно поставленої мети, завданнями роботи є:

- аналіз основних дефініцій і наукових підходів, що пов'язані з кроскультурними конфліктами;
- визначення поняття кроскультурних конфліктів у туризмі;
- розробка класифікації кроскультурних конфліктів;
- визначення основних шляхів оптимізації вирішення кроскультурних конфліктів.

Поняття «кроскультурний» нерозривно пов'язане з поняттям «культура». Нині нараховується велика кількість різних визначень поняття «культура». За Кребером і Клакхоном вони розділені на 6 класів:

1. Описові визначення, які інтерпретують культуру як суму всіх видів людської діяльності, звичаїв, вірувань.
2. Історичні визначення, що пов'язують культуру з традиціями та соціальним досвідом суспільства.
3. Нормативні визначення, які розглядають культуру як сукупність норм і правил, що організують людську поведінку.

4. Психологічні визначення, відповідно до яких культура є сукупністю форм набутої поведінки, що виникла в результаті пристосування і культурної адаптації людини до навколишніх умов життя.

5. Структурні визначення, які представляють культуру у вигляді різного роду моделей чи єдиної системи взаємопов'язаних феноменів.

6. Генетичні визначення, що ґрунтуються на розумінні культури як результату адаптації людських груп до середовища свого проживання [4, с. 125].

Найновіший філософський словник дає дуже широкий діапазон визначення поняття культура, а саме: «культура – це система надбіологічних програм людської діяльності, що історично розвиваються; поведінки та спілкування, що виступають умовою відтворення та змін соціального життя в усіх її основних проявах». Продовження даного визначення порівнює культуру з ДНК людини, адже вона передає, зберігає та генерує з покоління в покоління програми діяльності поведінки та спілкування людей [9].

Узагальнивши всі підходи до вирішення проблематики визначення сутності культури, можна виділити основні аспекти цього багатогранного явища: культура як сфера творчості людини, вільної її самореалізації (наука, мистецтво, освіта); культура як ціннісне ставлення до реальності (цінності та ідеали, присутність святого); культура як створений людьми матеріальний світ, відмінний від природного.

У ході даного дослідження, вивчення впливу культури, зокрема національної, на процеси управління туристичною організацією в цілому та взаємодію представників ділових кіл різних культур, великий інтерес представляють концепції кроскультурних досліджень таких сучасних вчених як Г. Хофстеде, Г. Тріандіс, С. Шварц, Д. Бест та Дж. Уільямс, Ф. Тромпенаарс та Ч. Хампден-Тернер та ін.

Г. Хофстеде нині є одним з найбільш відомих вчених, які займалися класифікацією світових культур. За результатами своїх досліджень він побудував чотирифакторну модель національних культурних відмінностей: 1. Індивідуалізм-колективізм (individualism-collectivism). 2. Дистанція відносно влади (power distance). 3. Маскуліність-фемінінність (masculinity-femimimity). 4. Уникнення невизначеності (uncertainty avoidance). Канадський учений М. Бонд пізніше виділив п'яту модель: довгострокова або короткострокова орієнтація в житті [1, с. 199].

Наступна – теорія «семи сучасних дилем» – розроблена двома англо-датськими вченими Ф. Тропенаарсом і Ч. Хампен-Тернером. Вони пропонують розглядати міжкультурні відмінності у трьох площинах, кожна з яких має певну кількість дилем, що виникають в їх площинах: стосунки з людьми; ставлення до часу; ставлення до оточення.

Фонс Тромпенаарс, відомий вчений, який займався дослідженням кроскультурних відмінностей, запропонував регламентацію культури за національними культурними уподобаннями керівників і робітників підприємства. Ключовими елементами, які впливають на визначення характеру корпоративної культури, є, на думку дослідника, взаємовідносини типу працівник–підприємство, ієрархія влади, її структура та основні уявлення працівника про економічну та суспільну роль організації, її цілі та своє місце в ній. Параметри класифікації: рівність–ієрархія та орієнтація на людину-завдання [2, с. 83].

Британський учений Річард Льюїс розробив цікаву та лаконічну модель кроскультурних відмінностей ділового спілкування. В основу розподілу він поклав принцип організації діяльності суспільства в часі. Залежно від цього Льюїс здійснив розподіл культур на три типи: поліактивні, що здебільшого орієнтовані на людей; моноактивні, орієнтовані на завдання; реактивні, що надають великої значимості ввічливості, вмінню слухати [1, с. 199].

Попередньо заглибившись у поняття культури, погляди вчених на типологію культур, можна дати визначення поняття «кроскультурний». Цей термін запозичено в нашу культуру з англійської мови («Cross-cultural»). Його можна перекласти як «перетин культур». Тобто на відміну від міжкультурних зв'язків кроскультурні більше акцентовані на конкретні ситуативні та просторові виміри. У закордонних виданнях і книгах, що стосуються кроскультурних комунікацій, дуже часто використовуються вирази «на межі культур», «на перетині культур», «зіткнення культур» і т. п., тим самим підкреслюється проблематичність кроскультурного спілкування, акцентуються відмінності, а не схожості культур. Тому термін «кроскультурний» уже опосередковано несе в собі поняття конфлікту.

Оскільки знайомство з поняттям «кроскультурні комунікації» відбулося в нашій країні не так давно, загальноприйнята практика вживання понять у цій сфері поки не склалася. Нині можна зустріти такі фрази-визначення, що виражають суть кроскультурних комунікацій: інтернаціональні, міжнародні, міжкультурні, міжетнічні, міжнаціональні, мультикультурні і т. п.

На думку авторів, найповнішим аналогом запозиченого слова «кроскультурний» може вважатися термін «міжкультурний», тому він буде також використовуватися надалі в контексті даного дослідження для позначення явища, що вивчається.

Проблемами міжкультурної комунікації займаються такі науки як культурологія, психологія, соціологія, антропологія, лінгвістика. Кожна з них використовує власні підходи для вивчення поставлених проблем, які є неоднаковими. Психологія визначає особливості та тенденції спілкування з точки зору відмінностей у людській психіці; соціологія дивиться на проблеми міжкультурної комунікації з позиції суспільного життя людини; лінгвістика виявляє загальні та відмінні риси в мовах представників різних культур.

Віднедавна проблемам міжкультурної комунікації надала увагу і така молода наука як туризмологія. Адже у сфері туризму на всіх етапах створення, розповсюдження та безпосереднього використання туристичного продукту виникають численні контакти між людьми, в різних можливих контекстах.

Отже, кроскультурний конфлікт – це протиріччя, що виникає, як правило, серед представників різних культурних середовищ, спонукальною силою якого є історико-культурні стереотипи щодо різних сфер діяльності.

Природа туризму закладена в його глибинній сутності [6, с.171].

Згідно з останніми дослідженнями туризму стосовно його конфліктогенної природи можна визначити таке:

- опозицію «свого світу» та «іншого світу»;
- глибинну експансію, тобто бажання засвоїти світ повністю;

- невідповідність чіткої організації туризму самоактивності людини, яка подорожує;

- взаємодія з людьми різних вікових категорій, національностей, релігійних спрямувань, а також характерів, внутрішніх ритмів, цінностей, потреб під час організації та проведення подорожі [6, с. 172–173].

Базуючись на вищезазначених ознаках, виокремлюють декілька типів конфліктів у туризмі:

– кроскультурні (представники країни, до якої прибули туристи, та туристична група, яка є носієм іншої культури);

– конфлікти між туристичною агенцією, яка надає послуги, турфірмою, організатором і конкретною туристичною групою чи туристом, які порівнюють рівень організації із заявленим і своїм досвідом;

– міжособистісні та внутрішньогрупові конфлікти (всередині туристичної групи);

– внутрішньоособистісний конфлікт [4].

На нашу думку, така типізація конфліктів є доцільною, але значення поняття кроскультурного глибоко не усвідомлено та використано недостатньо коректно. Адже, проаналізувавши сутність культури, концепції досліджень культури, ми дійшли висновку, що поняття кроскультурний передбачає перетин культур у різноманітних контекстах, починаючи від розуміння культури як особливості певної національності та етносу, закінчуючи зіштовхненням культур людей різного соціального статусу (турист – організатор туризму). Тому всі елементи вищенаведеної класифікації конфліктів у туризмі можна віднести до кроскультурних. Обґрунтуємо цей погляд.

Конфлікт туриста з місцевим населенням передбачає перетин, по-перше, двох різних етнічних культур, що включає в себе різні традиції, звичаї, жести, міміку, мову тощо; по-друге, релігійних культур; по-третє, соціальних культур, адже роль туриста відрізняється від ролі звичайного пересічного громадянина: офісного працівника, школяра тощо.

Конфлікт між «продавцем і покупцем», тобто між туристичною компанією та туристом теж можна сміливо назвати кроскультурним. Адже, в цьому випадку, виникає сутичка двох різних соціальних культур. Соціальні ролі «турист» і «туроператор – турагент...» – несуть у собі певну культуру, яка зумовлює їх дії та манеру спілкування.

Конфлікти всередині туристичної групи виникають у зв'язку із зіткненням культур особистісних, адже туристична група складається з осіб різного віку, соціального статусу, поглядів на життя, а також важливо враховувати, що туристичні групи складаються з людей із різних куточків світу, отже, і тут відбувається етнічна конфронтація. Внутрішньоособистісний конфлікт пов'язаний з несумісністю внутрішньої культури людини певним обставинам, які суперечать звичкам, психологічному клімату тощо, що склалися у особи.

Для того, щоб охопити науковим поглядом більше думок стосовно цього дослідження, звернемося до робіт А. Л. Новгородцевої, яка розглядає конфліктність туристичної сфери з точки зору суперечностей, що можуть виникати у туриста в процесі здійснення подорожі [5].

Перша суперечливість – між наявними в людини уявленнями про себе як суб'єкта соціальної взаємодії та ситуацією змін цих уявлень у незвичайній сфері діяльності –

туристській. У цій ситуації виникають протиріччя на різних рівнях, таких як неспівпадіння ролей, статусу, потреб, очікувань туриста тощо. Друге протиріччя виникає з входженням туриста в певне співтовариство, яке буде протягом усієї подорожі супроводжувати його. Третя суперечність виникає в ситуації наявності формального організатора, тобто представника турфірми чи гіда, який супроводжує всю подорож певну групу. Четверте протиріччя може виникати між туристом і місцевим населенням.

Так, на основі аналізу цих протиріч, Є. Ю. Антонюк пропонує таку типологію конфліктів за їх складом, а також залежно від ініціаторів: турист–місцеве населення; турист–місцеве населення – органи влади; турист–органи влади; турист–турист; турист–турист–органи влади; турист–турист–органи влади–місцеве населення. Спираючись на проведені дослідження, аналіз поглядів та тверджень стосовно кроскультурних конфліктів у туризмі, авторами запропоновано власну класифікацію кроскультурних конфліктів у туризмі.

По-перше, доцільно буде виділити основних можливих об'єктів–суб'єктів кроскультурних конфліктів:

- турист;
- туристична група в цілому;
- організатор туру (турагент; туроператор; туристичне бюро);
- посередники (готелі, транспортні компанії тощо);
- організатори подорожі, такі як гіді, екскурсоводи;
- місцеве населення;
- органи влади.

Залежно від обставин між вищеназваними об'єктами можуть виникати такі види конфліктів:

- турист – турист/туристична група (зіштовхнення двох мікрокультур);
- турист – місцеве населення;
- турист – туристична фірма;
- турист/туристична група – організатор (гід-екскурсовод);
- турист/туристична група – посередник;
- турист/туристична група – органи влади;
- туристична фірма – туристична фірма;
- туристична фірма – посередник;
- турист – зовнішнє середовище іншої країни, новий мікро- та макроклімат.

Але, мотиви та причини цих конфліктів можуть нести в собі різний характер, тому залежно від цього можна виділити такі групи конфліктів:

- релігійні (Р);
- політичні (ПО);
- етнічні (Е) (мовний бар'єр, відмінності в культурі спілкування, поведінці);
- психологічні (ПС);
- соціальні (С);
- конфлікти в бізнес-середовищі (ще можна їх назвати професійними, або конкурентними) (Б).

У кожному з соціальних контекстів можуть виникати різні конфлікти. Для зручності їх розподілення та усвідомлення ми занесли їх в таблицю (табл. 1).

Об'єкт / Суб'єкт	Турист	Туристична група	Турфірма	Посередник	Гід	Місцеве населення	Органи влади
Турист	Р, ПО, Е, ПС, С	Р, ПО, Е, ПС, С	ПС, С	Е, ПС, С	ПС, С	Р, ПО, Е, ПС, С	П, Е, С
Туристична група	Р, ПО, Е, ПС, С	Р, ПО, Е, ПС, С	ПС, С	Е, ПС, С	ПС, С	Р, П, Е, ПС, С	П, Е, С
Турфірма	ПС, С	ПС, С	Б,	Б, Е,	ПС, С, Б	-	ПО, С, Б
Посередник	Е, ПС, С;	Е, ПС, С;	Б,	Б	С, ПС, Е,	-	Б, ПО;
Гід	ПС, С	ПС, С	ПС, С, Б	С, ПС, Е	С; ПС, Е	Р, ПС, Е, С	ПО, С, ПС
Місцеве населення	Р, П, Е, ПС, С	Р, П, Е, ПС, С	-	-	Р, ПС, Е, С	-	Б, ПО;
Органи влади	П, Е, С;	П, Е, С;	ПО, С, Б	Б, ПО;	ПО, С, ПС	Б, ПО;	Б, ПО;

Таблиця 1. Видові категорії конфліктів у різних соціальних контекстах

Залежно від типу конфліктів, шляхи їх вирішення будуть різними.

Що стосується кроскультурних конфліктів на фоні етнічних та національних відмінностей, основною стратегією зменшення конфліктогенності є прийняття засобів запобігання виникненню конфліктів. Важливою є підготовка туристів у соціокультурному контексті до здійснення подорожі у регіон, специфічний за етнокультурними ознаками. Це передбачає знайомство з історією країни (регіону), етнокультурними традиціями, звичаями народів, соціально-політичною та релігійною обстановкою, у тому числі зі ступенем можливих небезпек. Для цього туристичні агенції повинні запропонувати потенційним туристам відповідні довідкові видання, ситуативні огляди обстановки за регіонами, а також підготовка пам'яток і листівок. Не останнє місце займає формування навичок кроскультурного спілкування, відповідної поведінкової культури, поваги у місцях, де знаходяться культурні та духовні цінності даної країни, регіону. Також не треба забувати про обмеження матеріально-предметної діяльності туристів у заповідних, святих місцях, у центрах, де знаходяться пам'ятки культури, матеріальні та духовні цінності, спрямованість дій туристів переважно на споглядально-пасивний характер поведінки, недопущення інколи навіть доторкання до культурних цінностей, а тим більш заборону придбання їх частини як «сувенірів на пам'ять». Кожен із учасників подорожі має чітко уявляти свої права, визначені, зокрема, у Гаазькій конвенції 1982 року, а також обов'язки та міру відповідальності як представника своєї держави.

Туристична група формується спонтанно як тимчасове об'єднання різних за соціокультурними та психологічно-емоційними характеристиками людей. Основні функції туристичної групи розподіляються на формальному рівні між керівником (інструктором) групи та її учасниками, серед яких можуть бути незадоволені, складні, асертивні (ті, що мають постійну потребу у самоствердженні), акцентовані (надмірно оригінальні, привертають до себе увагу) та конфліктні особи. У туристичній групі особливо несприятливою для утворення нормальної атмосфери є наявність різновидів конфліктних осіб: «агресивістів», «скаржників», «мовчунів», «песимістів», «всезнайок» та ін.

Серед усіх можливих стилів поведінки для зменшення конфліктогенності у туристичній групі найбільше підходить стиль пристосування. Його основними рисами є відновлення спокою та доброзичливості, стабільних відносин між членами групи та її лідерами, відсутність привертання уваги до предмета суперечок і конфліктів, наче він існує лише у свідомості конфліктуючих; пам'ятка про те, що важливіше зберегти гарні стосунки з іншими, аніж довести свою точку зору.

Іншим продуктивним підходом до врегулювання міжособистісних конфліктів є звернення до посередників, адже посередник у конфліктній ситуації дозволяє всім не втратити гідність, незважаючи на неминучі поступки. Також ефективним є стиль згладжування. Він полягає в тому, що не варто сердитися та дратуватися за будь-яких обставин, адже туристична група – це нова компанія, дуже унікальна, і немає сенсу «розгойдувати човен, в якому сидиш».

Організатор групи, або навіть неформальний лідер групи повинен дотримуватися певних правил, аби тримати групу у злагоді, а саме: бути уважним до кожного, даючи кожному можливість розкрити свою значущість; підвищувати рівень взаємного позитивного сприйняття, довіри до намірів, поваги, відчуття близькості; під час виникнення суперечок не починати з'ясовувати, хто правий, а хто винний.

Конфлікт між туристичною агенцією, що організує подорож, та її учасниками виникає, здебільшого, на ґрунті нереалізованих сподівань туристів, а також з причин нечіткого розподілу відповідальності за те, що відбудеться. В основі врегулювання конфлікту такого типу, на наш погляд, дві стратегії – нормалізація відносин та вирішення суті справи. Нормалізація відносин передбачає відокремлення проблем від людей, які вимушені її вирішувати, а під час спілкування виявлення симпатії та уважності один до одного. Вирішення суті справи повинне бути засноване на виконанні кожною стороною визначених прав і відповідальності у контракті.

Для уникнення конфліктів, що виникають між турфірмами, а також турфірмами та посередниками, нині пропонується дуже багато методів їх вирішення. У першу чергу, такі конфлікти стосуються бізнес-середовища. У ньому дуже важко підлаштуватися до «культурного простору» іншої компанії, що має власне спрямування, ідеї тощо. Найголовнішим напрямом уникнення конфліктів у цій сфері є вивчення їх характеру та набуття основних навичок кроскультурного спілкування. У практиці існують спеціальні тренінги, на яких розглядаються основи кроскультурного спілкування. С. Кузнецова, експерт у сфері міжкультурних комунікацій у бізнесі, пропонує проходження тренінгів, вебінарів, консультацій, на яких вона допомагає виявити кроскультурні проблеми

компанії, виділити цільові культури, за якими необхідно отримати розширену інформацію, групове або індивідуальне кроскультурне тестування тощо.

Комунікативний менеджмент, який в Україні тільки набуває розвитку, також є дуже важливим аспектом у набутті практичних навичок у кроскультурному спілкуванні. А. М. Гаврилюк розглядає комунікативний менеджмент як один за найважливіших і найефективніших шляхів досягнення порозуміння в офісі зі співробітниками, з клієнтами та партнерами. Його основу становить майстерність вербального та невербального спілкування, а в першу чергу, вміння бути людиною, чуйною, співчутливою, яка вміє тримати дистанцію, відчувати потреби, схильності, особливості характеру людини, а також уміти розпізнати страхи співрозмовника і повести розмову так, щоб не тільки уникнути конфлікту, а й розслабити простір, створити гарний настрій і позитивний клімат [3, с. 17].

Ю. Г. Малинка в контексті міжкультурного діалогу висуває на перший план формування толерантності в сучасній соціокультурній ситуації. З її точки зору, толерантний підхід у міжкультурній комунікації означає, що ті чи інші культурні особливості індивіда або групи визначаються лише одними з багатьох і не можуть підпорядкувати собі всі інші. «Він виступає як умова збереження відмінностей, як право на відмінність, несхожість, інакшість». «У основі інтолерантності лежить неприйняття іншого через те, що він виглядає інакше, думає інакше, поступає інакше. У результаті цього формується нетерпимість, яка породжує прагнення до панування і знищення, до відмови в праві на існування тому, хто дотримується інших соціокультурних норм. Основним принципом у міжкультурній комунікації може служити принцип діалогу, який дозволяє сполучати в мисленні та діяльності людей різні культури, форми діяльності, ціннісні орієнтації і форми поведінки» [4, с. 126].

Згідно викладеному вище, слід зазначити, що проблематика кроскультурних конфліктів у туризмі потребує подальшого вивчення та вирішення з акцентами на конкретні ситуації. Оскільки, кроскультурний конфлікт – це протиріччя, що виникає, як правило, серед представників різних культурних середовищ, спонукальною силою якого є історико-культурні стереотипи щодо різних сфер діяльності.

Література:

- 1. Алдошина М. В. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації / М. В. Алдошина, Г. М. Брусільцева // Економіка торгівлі та послуг. – Бізнес-інформ, 2014. – № 3. – С. 197–202.*
- 2. Гусева Н. И. Теоретические и методологические основы кросс-культурных исследований / Н. И. Гусева // Экономическая психология. Известия ИГЭА. – 2003. – № 3-4 (36–37). – С. 82–86.*
- 3. Гаврилюк А. М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні : автореф. дис. канд. наук з державного управління: 25.00.02 / Алла Михайлівна Гаврилюк. – Київ : Б. в., 2011. – С. 15–18.*
- 4. Малинка Ю. Г. Толерантність як результат міжкультурної комунікації в умовах глобалізації / Ю. Г. Малинка // Вісник Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2012. – № 2. – С. 123–127.*
- 5. Новгородцева А. Н. Конфликты и противоречия в туристической деятельности / А. Н. Новгородцева // Ломоносов – 2007: мат. научн. конф., М., 2007.*
- 6. Туризмология: концептуальні засади теорії туризму: монографія / [Кручек О. А., Дьорова Т. А, Любіцева О. О. та ін. ; Кер. проекту : Пазенок В. С., Федорченко В. К.]. – Київ : Академія, 2013. – С. 171–180.*
- 7. Устименко Л. М. Основи туризмознавства : навч. посіб. /*

Л. М. Устименко. – Київ, 2013. – С. 70–79. **8.** Цюрупа М.В. *Основи конфліктології та теорії переговорів : навч. посіб.* / Цюрупа М. В. – Київ : Кондор. 2004. – С. 150. **9.** *Новейший философский словарь [Електронний ресурс] / [сост. – главный ред. Грицанов А.А.]. – 3-е изд., испр.. – Минск : Книжный Дом, 2003. — 1280 с. – Режим доступа: <http://www.e-reading.club/book.php?book=149350>* **10.** *Развитие туризма в Украине [Електронний ресурс]: (анализ туристической конкурентоспособности) / [Андрей Федоренко]. – 8 січня 2014 р. – Режим доступу: <http://socium.com.ua/2014/01/tourism-development-in-ukraine/>*