

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-60>

УДК 379.85:316.72

КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS IN TOURISM: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Моргулець Оксана Борисівна

доктор економічних наук, професор,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6530-1478>

Нищенко Олена Василівна

кандидат економічних наук,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5045-3022>

Шевченко Олег Олександрович

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: [https:// orcid.org/0000-0003-0431-7307](https://orcid.org/0000-0003-0431-7307)

Morghulets Oksana, Nyshenko Olena, Shevchenko Oleg
Kyiv National University of Technologies and Design

У статті розглянуто поняття «культура», «комунікація» та «крос-культурна комунікація» в контексті туристичної діяльності. Обґрунтовано важливість крос-культурного виду комунікації для забезпечення якісного обслуговування та задоволення потреб різних культурних груп туристів. Розкрито основні функції крос-культурних комунікацій у туристичній діяльності, визначено проблеми ефективності крос-культурних комунікацій пов'язані з мовними бар'єрами та культурними розходженнями, стереотипами та недостатньою підготовкою персоналу. Запропоновано шляхи вдосконалення крос-культурних комунікацій в туристичній діяльності, які покращать якість послуг гостинності та рівень задоволеності туристів, що позитивно вплине на розвиток вітчизняного туризму в цілому.

Ключові слова: культура, комунікації, крос-культурна комунікація, туристична діяльність, культурні відмінності, ефективність комунікацій.

The theoretical and practical concept of cross-cultural communications in tourism study in this article. The purpose is to clarify the cross-cultural communication concept definition in the tourism context; determination of theoretical aspects of this concept, identification problems and ways them solve in domestic practice. The research subject is communication processes between individuals or groups of different cultures in tourism. Scientific and methodological approaches and methods are used in the research: a dialectical approach to the analysis and understanding of the research subject essence and a generalization method to clarify of the cross-cultural communications concept definition; methods of logical and system-structural analysis used to assess communication barriers; analytical method and specification – to develop proposals for improving cross-cultural communications in tourism. The article defines the purpose of cross-cultural communication in tourism is to promote effective mutual understanding, comfort, satisfaction of different nationalities tourists; the main functions of cross-cultural communications in the tourism business are defined also. It's substantiated, cross-cultural communications contribute to the tourism industry development, and also reduce cultural prejudices, contributing to the cultural diversity understanding. It's established, cross-cultural communications effectiveness problems in tourism arise because of language and cultural differences, stereotypes, insufficient training of personnel and national problems. The authors emphasize the need for advanced cultural diversity management strategies and intercultural communication skills to address these issues. Several ways of improving intercultural communications are proposed in the article: training on intercultural education and communication for staff, foreign language training, development of culturally sensitive services, analysis

of tourists' feedback, formation of a multicultural team, and use of modern technologies to facilitate interaction. The implementation of these measures has practical value and can be implemented in the tourist enterprises activities, contribute to the creation of an open and comfortable environment for different cultures tourists, improve the service quality and the competitiveness of the tourism business as a whole.

Key words: culture, communications, cross-cultural communication, tourism, tourist enterprises, cultural differences, communications effectiveness.

Постановка проблеми. Одним з ключових факторів розвитку української індустрії гостинності, зокрема туристичного бізнесу на міжнародному ринку є знання та розуміння культури іноземних партнерів, зокрема, особливостей крос-культурних комунікацій та їх впливу на якість обслуговування. Крос-культурні комунікації в туристичній діяльності набувають значної актуальності у зв'язку з глобалізацією та зростанням міжнародного туризму. Забезпечення ефективного спілкування між туристами та персоналом готелів, ресторанів та інших підприємств індустрії гостинності стає ключовим для забезпечення високоякісного обслуговування та отримання позитивного досвіду від подорожей. Культурні відмінності, різноманіття та підвищення освіченості про них ведуть до зменшення культурних конфліктів та сприяють гармонійному співіснуванню. Адаптація послуг до потреб різних культур та розуміння їх очікувань стає стратегічним елементом підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств, що також позитивно впливає на їх репутацію та рівень задоволеності клієнтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвитку теорії крос-культурної комунікації присвячено праці багатьох вітчизняних і іноземних науковців, серед яких: З. Атаманчук [1], М. Алдошина і Г. Брусильцева [2], Л. Чорна [3], Н. Самойленко [4], Т. Близнюк [5], Ф. Бацевич [6], Г. Хофстеде [7], К. Альбу [8], Д. Гевін, Е. Фіппс та Октавіо Барріентос Арріага [9], М. Дуймович і А. Вітасович [10] та інші.

Питанню крос-культурної комунікації у туристичному бізнесі присвячено значно менше наукових праць, зокрема, поодинокі праці вітчизняних науковців. Так, З. Атаманчук досліджувала вплив крос-культурних комунікацій у міжнародному туризмі на дифузію інновацій між країнами, автором було сформовано ряд пропозицій щодо підвищення ефективності розвитку інновацій у міжнародному туризмі в умовах глобалізації і крос-культурної взаємодії [1]. Науковиця М. Алдошина вивчала питання крос-культурної комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації, нею було

запропоновано основні рекламні стратегії в міжнародній комунікаційній політиці, які допоможуть представникам туристичного бізнесу більш ефективно просувати свій туристичний продукт на міжнародні ринки [2]. Л. Чорна розглядала питання міжкультурної комунікації в туризмі в професійно-прикладному аспекті та доводить, що якісні зміни можливі за умови налагодження ефективного комунікаційного процесу між представниками різних культур і підготовкою фахівців з туризму для професійної діяльності в умовах полікультурності [3].

З огляду на вищезазначені дослідження можна зробити висновок, що багато науковців зробили вагомий внесок у розвиток теорії та практики крос-культурних комунікацій, але у відмінних від індустрії гостинності сферах.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на велику кількість праць присвячених питанню крос-культурної комунікації, відкритими залишаються питання уточнення дефініції поняття «крос-культурна комунікація» через призму туристичного бізнесу, її мети та функцій; окреслення проблем, що виникають при крос-культурній комунікації у туристичній діяльності та ймовірних шляхів їх попередження або усунення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження полягає в уточненні поняття крос-культурні комунікації в контексті туристичної діяльності; визначенні теоретичних аспектів даного поняття, ідентифікації проблем та розробки шляхів їх вирішення у вітчизняній практиці. Предметом дослідження є комунікаційні процеси між особами або групами різних культур в туристичній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «крос-культурні комунікації» походить від поєднання слів «культура» і «комунікація» та інтегрує в собі природу цих двох понять. Існує понад сто визначень поняття «культура» з позиції різних підходів. «Культура» слово латинського походження (лат. culture), яке дослівно перекладається як обробка, догляд, поліпшення. В історичному розрізі культура є сукупністю практичних,

матеріальних і духовних надбань суспільства, які відображають історично досягнутий рівень розвитку суспільства й людини і втілюються в результатах продуктивної діяльності [11, с. 182].

Американський науковець Д. Мацумото [12] розглядає культуру як складний, багаторівневий конструкт, в якому можна виділити окремі компоненти: об'єктивні (фізичні маніфестації культури) і суб'єктивні – всі ті аспекти, які ми не можемо побачити і торкнутися, але які, як ми знаємо, існують, наприклад, соціальні норми, звичаї, установки і цінності.

Вітчизняні науковці, наприклад, В. Андрущенко визначає культуру як надбання людини, досягнуті нею в процесі перетворення природи [13]; Т. Гриценко розглядає культуру як специфічний спосіб організації та розвитку людської життєдіяльності, представлений продуктами матеріальної й духовної праці, системою соціальних норм й настанов, духовними цінностями, сукупністю відносин людей з природою, між собою та ставленням до власної особистості, це система життєвих орієнтацій суб'єкта [14, с. 10]; Н. Сідоричева і А. Тащенко вважають, що культура – це те, з чим ми повсякчас стикаємося і чим обумовлена наша поведінка; це й спосіб мислення, й спосіб пізнання світу, й спосіб ідентифікації себе [15, с. 28].

Більшість науковців, праці яких присвячені дефініції поняття «культура», сходяться на думці, що розбіжність у існуючих визначеннях досить суттєва, але є і спільні риси: єдність зазначених підходів у розумінні домінування духовних начал у культурі над матеріальними, інтерпретації культури як духовної діяльності людей, системи ідей, символів, традицій, типів мислення тощо.

Поняття «культура» тісно пов'язане з комунікацією між людьми та має вагомий вплив на комунікаційні процеси як міжособові, так і між групами чи навіть народами. Так Л. Сагер вважає, що комунікація – це багатогранний соціально обумовлений процес обміну інформацією за допомогою комунікаційних інструментів і засобів [16, с. 130]. Д. Кіслов розглядає комунікацію, як природно-соціальний феномен, явище глобально-космічного виміру, що є загальним відображенням симбіозу складних, багаторівневих процесів пересування будь-чого та будь-кого у часі й просторі, у тому числі, кодів і символів штучно-природного походження всіх форм буття, які містять в собі інформацію [17]. Т. Павленко визначає комунікацію, як спосіб взаємодії особистості

з оточуючим середовищем, завдяки якому вона має змогу засвоїти суспільні цінності, сформувати індивідуальний стиль діяльності і спілкування [18, с. 373].

Для туристичного бізнесу комунікаційні процеси є основою діяльності, особливу роль відіграють міжкультурні або крос-культурні комунікації. Поняття «крос-культурний» утворено від англійського слова «cross», яке означає «перетинати, переходити», і «culture», яке в усіх мовах має однакове значення. Отже, дослівно цей термін можна перекласти як «перетин культур». Відповідно, крос-культурна комунікація – це комунікація на стику або перетині різних культур [20, с. 131].

Поняття «міжкультурної (крос-культурної, міжетнічної) комунікації» було введено до наукового обігу Г. Трейгеромі та Е. Холлом у 1954 р. у праці «Культура і комунікація. Модель аналізу» [21]. Вони інтерпретували міжкультурну комунікацію як ідеальну мету, до якої повинна йти людина у своєму прагненні якомога краще та ефективніше адаптуватися до навколишнього середовища. Сьогодні існує велика кількість трактувань даного поняття, розглянемо деякі з них.

Науковці А. Козлова і О. Усачова дають наступне визначення поняттю крос-культурна комунікація – це вербальна і невербальна взаємодія представників різних моральних систем, світоглядів, релігій тощо [22]. Вони наголошують, що при крос-культурній комунікації необхідно прийняти до уваги три правила: 1) інформація, передана на невербальному рівні, представляє найбільші труднощі для інтерпретації членами іншої культури; 2) для досягнення розуміння при спілкуванні необхідно навчати учасників міжкультурної взаємодії активного слухання; 3) необхідно вміти передбачати і запобігти можливим помилкам при комунікації з представниками різних культур, інакше запланований міжкультурний контакт може зірватися за рахунок виробленого негативного враження.

Згідно з дослідженням Н. Самойленко, крос-культурна комунікація інтерпретується як особливий тип культури, характерними рисами якого є взаємодія етнокультур, етнокультурна компетентність особистості, толерантність, намагання досягти згоди у всіх сферах міжнаціонального спілкування [4, с. 14].

Ф. Бацевич визначає поняття «міжкультурна комунікація», як процес спілкування (вербального і невербального) людей, які належать до різних національних лінгвокультурних спільнот, як правило, послуговуються

різними ідентичними мовами, відчувають лінгвокультурну «чужинність» партнера по спілкуванню, мають різну комунікативну компетенцію, яка може стати причиною комунікативних невдач або культурного шоку в спілкуванні [6, с. 9].

Провівши детальний аналіз понять «культура», «комунікація», «крос-культурна комунікація» пропонуємо уточнити визначення поняття крос-культурна комунікація в контексті туристичної діяльності.

Крос-культурна комунікація в туристичній діяльності – це процес обміну інформацією, ідеями, переконаннями та емоціями між представниками різних культур в контексті туристичного середовища. Цей вид комунікації враховує культурні відмінності, що існують між туристами, персоналом готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших учасників туристичного процесу.

Мета крос-культурної комунікації в туризмі – сприяти ефективному взаєморозумінню, забезпечити комфорт та задоволення туристів різних національностей, а також підтримувати позитивні міжкультурні відносини в туристичному середовищі.

В туристичному бізнесі крос-культурні комунікації відіграють ключову роль у взаємодії між особами та групами, що представляють різні культури. Провівши дане дослідження можна виокремити такі основні функції крос-культурних комунікацій в туристичній діяльності:

1) покращення взаєморозуміння між людьми різних культур, що включає в себе розуміння культурних контекстів, традицій і цінностей, допомагає уникнути непорозуміння та конфліктів;

2) забезпечення ефективної взаємодії між туристами та працівниками сфери обслуговування – готельно-ресторанної та туристичної індустрії;

3) стимулювання розвитку поваги до культурного розмаїття, створення позитивного середовища для обміну культурним досвідом та вивчення нових аспектів різних культур;

4) покращення міжкультурних відносин в бізнесі. В туристичному бізнесі крос-культурні комунікації допомагають підприємствам вивчати та розуміти різні ринки, адаптувати свої продукти та послуги до потреб різних культур, що сприяє успішному розвитку на міжнародному рівні;

5) зменшення культурних стереотипів та упереджень. Усвідомлення особливостей

крос-культурних комунікацій допомагає зменшити стереотипи та упередження, тим самим забезпечуючи можливість людям сприймати та розуміти різноманіття культур;

6) сприяння розвитку туристичної індустрії. У сфері туризму розуміння крос-культурних комунікацій забезпечує комфорт туристів, їх безпеку та задоволення від нових культурних вражень.

Разом з тим, крос-культурні комунікації в туристичній діяльності часто є неефективними через бар'єри, які виникають в наслідок необізнаності в культурних особливостях, незнанні мов, традицій та їх неоднозначному сприйнятті в різних країнах та серед різних груп туристів. Серед основних комунікаційних крос-культурних проблем можна виокремити:

– мовні бар'єри – незнання мов часто викликає непорозуміння та ускладнення взаємодії між туристами та місцевим населенням або обслуговуючим персоналом. Також недоліки в перекладі можуть призводити до втрати суттєвої інформації та неправильного сприйняття культурних особливостей;

– культурні розходження – різниця в культурних нормах, цінностях, етиці. Туристи можуть не розуміти місцеві звичаї, або навпаки, місцеві можуть сприймати деякі дії туристів як образливі чи неприйнятні, що може викликати конфлікти та непорозуміння;

– стереотипи та упередження. Туристи можуть мати певні стереотипи про культуру того місця, яке вони відвідують, що може впливати на їхню поведінку та сприйняття. З іншого боку, місцеві можуть мати упередження до туристів, проявляти надмірну увагу та неусвідомлений вияв неповаги до них чи їх традицій;

– недостатня підготовка персоналу в сфері гостинності до взаємодії з представниками різних культур може призвести до невірної сприйняття потреб та очікувань туристів, що може впливати на якість обслуговування;

– різниця в сприйнятті якості обслуговування в закладах розміщення та харчування. Інтернаціональні клієнти можуть мати різне розуміння та очікування щодо якості обслуговування. Також, різні стандарти обслуговування можуть впливати на взаємодію з персоналом;

– загальнодержавні проблеми. Для туристичної галузі важливо мати ефективну державну політику розвитку туризму, яка включає управління крос-культурними взаємодіями. Відсутність такої політики може при-

звести до недоцільного розвитку туристичної інфраструктури та неефективної взаємодії з іноземними гостями.

Вирішення цих проблем вимагає розвинутих стратегій управління культурною різноманітністю, навичок міжкультурного спілкування та усвідомленості учасників туристичного процесу щодо культурних особливостей та різниць.

Отже, покращення крос-культурних комунікацій в туристичній діяльності важливе для забезпечення якісного обслуговування та задоволення потреб різних культурних груп. Пропонуємо кілька шляхів, які можуть сприяти удосконаленню крос-культурних комунікацій в туризмі.

По-перше, доцільно організовувати для персоналу та адміністрації туристичних підприємств спеціальні тренінги з міжкультурної освіти та комунікації. Це допоможе зрозуміти різницю в культурах, етикеті та сприйнятті сервісу.

По-друге, обов'язковою і постійною має стати іншомовна підготовка. Забезпечення персоналу, особливо того, хто працює безпосередньо з клієнтами, достатнім рівнем іншомовної компетентності є запорукою порозуміння. Це може включати вивчення основних фраз, що найчастіше використовуються у сфері гостинності, різними мовами.

По-третє, розробка та адаптація послуг, що враховують культурні відмінності. Це може включати в себе меню з різноманітними стравами, розміщення з урахуванням традицій та особливостей різних культур, а також інші аспекти обслуговування туристів.

По-четверте, формування колективу підприємства з представників різних культур. Такий підхід допоможе розширити кругозір персоналу, покращити взаєморозуміння та комунікацію всередині колективу.

По-п'яте, використання сучасних технологій для покращення комунікації. Мобільні додатки, віртуальні тури та інші інноваційні інструменти можуть полегшити взаємодію та обмін інформацією між туристами та персоналом.

По-шосте, збір і аналіз відгуків туристів щодо вдосконалення сервісу, а також, створення каналів зворотного зв'язку для туристів, які можуть допомогти виявити можливі проблеми та недоліки в системі обслуговування.

По-сьоме, розробка культурно-чутливих маркетингових стратегій, які враховують особливості різних культурних груп.

Використання цих практичних порад сприятиме створенню відкритого комфортного середовища для туристів різних культур, що в результаті призведе до покращення якості обслуговування та збільшення задоволеності від подорожей.

Висновок. Отже, крос-культурні комунікації відіграють ключову роль в туристичній діяльності, що сприяє взаєморозумінню та позитивній взаємодії з іноземними туристами, покращує якість туристичних послуг та рівень задоволеності клієнтів. Це в свою чергу призводить до розвитку міжнародного туризму, позитивного споживчого досвіду та лояльності іноземних туристів до України.

Для розвитку крос-культурних комунікацій в туристичному бізнесі важливо проводити систематичні тренінги для персоналу з міжкультурної компетентності, розробляти адаптовані до різних культур програми обслуговування, а також активно вивчати іноземні мови й розширювати обізнаність персоналу в особливостях різних культурних груп. Сприятливий підхід до крос-культурних комунікацій забезпечує поліпшення якості обслуговування та робить туристичний бізнес ефективним та привабливим для різних культурних груп та контекстів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Атаманчук З. А. Вплив крос-культурних комунікацій у міжнародному туризмі на дифузію інновацій між країнами. *Економіка і організація управління*. 2022. № 1 (45). С. 59–66. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/12136> (дата звернення: 01.12.2023).
2. Алдошина М. В., Брусільцева Г. М. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації. *Бізнес Інформ*. 2014. № 3. С. 197–202. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_3_32 (дата звернення: 09.12.2023).
3. Чорна Л. В. Міжкультурна комунікація в туризмі: професійно-прикладний аспект. *Карпатський край*. 2018. № 1–2. С. 137–143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kkr_2018_1-2_17 (дата звернення: 09.12.2023).
4. Самойленко Н. Б. Міжкультурна компетентність майбутніх фахівців гуманітарного профілю : моногр. Севастополь : Рібест, 2013. 411 с.
5. Близнюк Т. П. Крос-культурні особливості менеджменту сучасної мультинаціональної організації : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2017. 296 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26203> (дата звернення: 27.11.2023).

6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 343 с.
7. Hofstede G. Cultures and organizations: Software of the mind / G. Hofstede, M. Minkov. New York: McGrawHill Book Company, 2010. 550 p.
8. Albu, C. Intercultural communication in tourism. *Cross-Cultural Management Journal*. 2015. Volume XVII. Issue 1. P. 7–14. URL: https://seaopenresearch.eu/Journals/articles/CMJ2015_11_1.pdf (accessed 01 December 2023).
9. Jack, G., Phipps, A. and Barrientos Arriaga, O. (2020) Intercultural communication in tourism. In: Jackson, J. (ed.) *The Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication. 2nd Edition*. Series : Routledge handbooks in applied linguistics. Routledge: Abingdon, Oxon; New York, NY, P. 535–554.
10. Dujmović M., Vitasović A. Importance of social interaction and intercultural communication in tourism. *WIT Transactions on Ecology and the Environment. Sustainable Tourism X*. 2022. Vol. 256. P. 77–83. URL: <https://www.witpress.com/Secure/elibrary/papers/ST22/ST22007FU1.pdf> (accessed 01 December 2023).
11. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. Київ : Либідь, 1997. 373 с.
12. Matsumoto D., Kudoh T., Takeuchi S. Changing Patterns of Individualism and Collectivism in the United States and Japan. *Culture & Psychology*. 1996. Vol. 2. P. 77–107.
13. Андрущенко В. Поняття культури: філософський дискурс на рубежі століть. *Вісник Інституту розвитку дитини. Філософія, педагогіка, психологія*. 2014. № 33. С. 5–9.
14. Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Кондратюк А. Ю. та ін. Культурологія : навч. посіб. / за ред. Т. Б. Гриценко [2-ге вид.]. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 392 с.
15. Сідоричева Н. В., Тащенко А. Ю. Культурна апропріація в соціальних відносинах. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Політологія. Соціологія. Право*. 2021. № 2 (50). С. 28–32.
16. Сагер Л. Ю. Аналіз теоретичних основ внутрішніх комунікацій як необхідної умови ефективного управління підприємством. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 1. С. 128–136. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_1_128_136.pdf (дата звернення: 29.11.2023).
17. Кіслов Д. В. Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання. *Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток»*. 2013. № 3. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=551> (дата звернення: 29.11.2023).
18. Павленко Т. В. Основні психологічні підходи визначення поняття «комунікація». *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка. Том IX, Загальна психологія. Етнічна психологія. Історична психологія*. 2016. № 9. С. 368–376.
19. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
20. Панченко Є. Міжнародний менеджмент : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2014. 468 с.
21. Trager, G., & Hall, E. (1954). Culture as communication: A model and analysis. New York, *Explorations. Studies in Culture and Communication*, № 3, pp. 137–149.
22. Козлова А. О., Усачова О. В. Крос-культурні комунікації у міжнародному туризмі. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі» (м. Харків, 17 квітня 2020 р.). Харків : Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2020. С. 6–7. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kozlova.htm (дата звернення: 29.11.2023).

REFERENCES:

1. Atamanchuk Z. A. (2022) Vplyv kros-kulturnykh komunikatsii u mizhnarodnomu turyzmi na dyfuziiu innovatsii mizh krainamy [Influence of cross-cultural communications in international tourism on diffusion of innovations between countries]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia – Economics and organization of management*, vol. 1 (45), pp. 59–66. Available at: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/12136> (accessed December 01, 2023).
2. Aldoshyna M. V., Brusiltseva H. M. (2014) Kros-kulturni komunikatsii v haluzi turyzmu v umovakh hlobalizatsii [Cross-culture Communications in Tourism under Conditions of Globalisation]. *Biznes Inform – Business Inform*, vol. 3, pp. 197–202. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_3_32 (accessed December 09, 2023).
3. Chorna L. V. (2018) Mizhkulturna komunikatsiia v turyzmi: profesiino-prykladnyi aspekt [Intercultural communication in tourism: professional and applied aspect]. *Karpatskyi kraj – Carpathian region*, vol. 1–2, pp. 137–143. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kkr_2018_1-2_17 (accessed December 09, 2023).
4. Samoilenko N. B. (2013) Mizhkulturna kompetentnist maibutnikh fakhivtsiv humanitarnoho profilii: monohrafiia [Intercultural competence of future humanitarian professionals: monograph]. Sevastopol: Ribest, 411 p. (in Ukrainian).

5. Blyzniuk T. P. (2017) Kros-kulturni osoblyvosti menedzhmentu suchasnoi multynatsionalnoi orhanizatsii: monohrafiia [Cross-cultural features of the management of a modern multinational organization: monograph]. Kharkiv: FOP Liburkina L. M., 296 p. Available at: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26203> (accessed November 27, 2023). (in Ukrainian)
6. Batsevych F. S. (2004) Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky: pidruchnyk [Basics of communicative linguistics: a textbook]. Kyiv: Akademiia, 343 p. (in Ukrainian)
7. Hofstede G., Minkov M. (2010). Cultures and organizations: Software of the mind. New York: McGrawHill Book Company, 550 p.
8. Cristina Elena Albu (2015). Intercultural communication in tourism. *Cross-Cultural Management Journal*. Volume XVII. Issue 1. P. 7–14. Available at: https://seaopenresearch.eu/Journals/articles/CMJ2015_I1_1.pdf (accessed December 01, 2023).
9. Jack, G., Phipps, A. and Barrientos Arriaga, O. (2020) Intercultural communication in tourism. In: Jackson, J. (ed.) *The Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication. 2nd Edition*. Series: Routledge handbooks in applied linguistics. Routledge: Abingdon, Oxon; New York, NY, pp. 535–554.
10. Dujmović M., Vitasović A. (2022) Importance of social interaction and intercultural communication in tourism. *WIT Transactions on Ecology and the Environment. Sustainable Tourism X*. Vol. 256. P. 77–83. Available at: <https://www.witpress.com/Secure/elibrary/papers/ST22/ST22007FU1.pdf> (accessed December 01, 2023).
11. Honcharenko S. U. (1997) Ukrainskyi pedahohichni slovnyk [Ukrainian pedagogical dictionary]. Kyiv: Lybid, 373 p. (in Ukrainian)
12. Matsumoto D., Kudoh T., Takeuchi S. (1996) Changing Patterns of Individualism and Collectivism in the United States and Japan. *Culture & Psychology*. Vol. 2. P. 77–107.
13. Andrushchenko V. (2014) Poniattia kultury: filosofskiy dyskurs na rubezhi stolit [Concept of culture: philosophical discourse at the turn of the century]. *Visnyk Instytutu rozvytku dytyny. Filosofiia, pedahohika, psykhohiia – Bulletin of the Institute of Child Development. Philosophy, pedagogy, psychology*, vol. 33, pp. 5–9.
14. Hrytsenko T. B., Hrytsenko S. P., Kondratiuk A. Yu. ta in. (2009) Kulturolohii: navch. posib. [Culturology: a study guide] / za red. T. B. Hrytsenko [2-he vyd.]. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury, 392 p. (in Ukrainian)
15. Sidorycheva N. V., Tashchenko A. Yu. (2021) Kulturna apropratsiia v sotsialnykh vidnosynakh [The cultural appropriation in social relations]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut». Politohiia. Sotsiologiia. Pravo – Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute". Political Science. Sociology. Law*, vol. 2 (50), pp. 28–32.
16. Saher L. Yu. (2011) Analiz teoretychnykh osnov vnutrishnykh komunikatsii yak neobkhidnoi umovy efektyvnoho upravlinnia pidpriemstvom [Analysis of theoretical basics of internal communications as a necessary condition effective management of enterprise]. *Marketynh i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations*, vol. 1, pp. 128–136. Available at: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_1_128_136.pdf (accessed November 29, 2023).
17. Kislov D. V. (2013) Terminologiia komunikatsii: teoretychnyi dyskurs ta yoho praktychne vykorystannia [Terminology communications: theoretical discours and its practical use]. *Elektronnyi zhurnal «Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok» – Electronic scientific journal "Derzhavne upravlinnya: udoskonalennia ta rozvytok"*, vol. 3. Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=551> (accessed November 29, 2023).
18. Pavlenko T. V. (2016) Osnovni psykhohichni pidkhody vyznachennia poniattia «komunikatsiia» [Basic psychological approaches to defining the concept of "communication"]. *Aktualni problemy psykhohii: Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykhohii imeni H.S. Kostiuka. Tom IX, Zahalna psykhohiia. Etnichna psykhohiia. Istorychna psykhohiia – Actual problems of psychology: Collection of scientific works of the Institute of Psychology named after H. S. Kostyuka Volume IX, General psychology. Ethnic psychology. Historical psychology*, vol. 9, pp. 368–376.
19. Morhulets O. (2012). Menedzhment u sferi poslug [Service management] : navch. posib. Kiyiv: Centr uchbovoyi literatury, 384 p. (in Ukrainian).
20. Panchenko Ye. (2014) Mizhnarodnyi menedzhment : navch.-metod. posibnyk dlia samost. vyvch. dysts. [International management: educational and methodological guide for independent study of the discipline]. Kyiv: KNEU, 468 p. (in Ukrainian).
21. Trager, G., & Hall, E. (1954). Culture as communication: A model and analysis. New York, Explorations. *Studies in Culture and Communication*, no. 3, pp. 137–149.
22. Kozlova A. O., Usachova O. V. (2020) Kros-kulturni komunikatsii u mizhnarodnomu turyzmi [Cross-cultural communications in international tourism]. *Materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. «Suchasni tendentsii rozvytku industrii turyzmu ta hostynnosti u konkurentnomu seredovyschi»* (Kharkiv, April 17, 2020). Kharkiv: Kharkivskiy natsionalnyi universytet miskoho gospodarstva imeni O. M. Beketova, pp. 6–7. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/kozlova.htm (accessed November 29, 2023). (in Ukrainian)