

Гузенко І. І.

Ситуації у бізнесі: традиційні і конфліктні

Лекція з навчальної дисципліни

«КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ»

для студентів спеціальності:

241 – «Готельно-ресторанна справа»

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

на засіданні кафедри

гуманітарних дисциплін

«31» серпня 2018 р. протокол № 1

Зав. кафедри _____ проф. О. А. Полянський

ЛЕКЦІЯ 3. Ситуації у бізнесі: традиційні і конфліктні

1. Ознаки аудиторії.

2. Типологія конфлікту.

3. Правила запобігання конфлікту.

1. Ознаки аудиторії

- **Індивідуально-особистісні ознаки аудиторії** – (від фр. individual – особистий) – особливості будови внутрішнього світу слухачів, що включають: спосіб мислення, особливості характеру, тип темпераменту, ступінь розвитку основних функцій – інтелектуальної, емоційної, рухової. Індивідуально-особистісні ознаки вивчаються в процесі безпосереднього спілкування з аудиторією.

- **Соціально-демографічні ознаки.** До цієї групи належать такі ознаки, як стать, вік, національність, освіта, професія, склад сім'ї. Вивчення соціально-демографічних ознак аудиторії є першим етапом роботи над створенням психологічного портрету аудиторії.

- **Соціально-психологічні ознаки.** До них належать: мотиви поведінки, потреби, ставлення до предмета мовлення, рівень розуміння предмета. Соціально-психологічні ознаки доцільно вивчати ще на підготовчому етапі (до безпосереднього спілкування), тобто прогнозувати їх, якщо відомий конкретний адресат.

- **Інтерес аудиторії** – (від лат. interest – важливий, значущий) – позитивне емоційне ставлення до промовця та його промови.

- **Активізація мисленнєвої та емоційної діяльності аудиторії** – система дій, завдяки якій промовець забезпечує аудиторії найглибший рівень пізнання питання. В результаті активізації створюється повноцінний, двосторонній процес спілкування, де задіяні обидві сторони (промовець і аудиторія). Активізація передбачає таку послідовність дій: зацікавити аудиторію, викликати аудиторію на роздуми, вивести аудиторію на рівень обговорення.

- **Обмін думками** – один з етапів активізації діяльності аудиторії, що полягає в тому, щоб викликати у слухачів потребу обмінятися думками щодо обговорюваних питань.

• **Обговорення теми** – один з етапів активізації діяльності аудиторії. Досягається психологічними та аудіовізуальними засобами. До психологічних засобів належить аналіз різних думок, поглядів щодо обговорюваної проблеми. Психологічні засоби на етапі обговорення повинні підкріплюватися аудіовізуальними засобами (схемами, малюнками, відеофрагментами).

• **Реакція аудиторії** – (від лат. ге – проти і actio – дія) – ставлення аудиторії до предмета мовлення і суб'єкта, який виступає з промовою. Реакція аудиторії може виявлятися у поведінці слухачів під час виголошення промови, у запитаннях, репліках, зауваженнях в адрес промовця. Реакція аудиторії може бути: байдужа, або інфантильна, погоджувальна, конфліктна, конструктивна.

• **Конструктивна реакція аудиторії** – реакція слухачів, що характеризується установкою на розуміння промовця і, як наслідок, між людьми виникає атмосфера інтелектуального та емоційного співпереживання (емпатія), співтворчості.

• **Конфліктна реакція аудиторії** – реакція слухачів, що характеризується спалахом негативних емоцій на дії промовця, як наслідок – позиція конфронтації: небажання розуміти інших.

Якщо виникає негативна реакція з боку аудиторії на ваш виступ, спробуйте вжити такі заходи:

- З'ясуйте свою позицію. Позбавтесь від невизначеності. Володійте матеріалом.

- Дотримуйтесь фактів.

- Продумайте можливі запитання і відповіді на них.

- Уникайте непродуманих відповідей.

- Зрозумівши, що репліка або запитання провокаційного характеру, зберігайте самоконтроль і дайте обдуману відповідь.

- Не говоріть надто багато.

- Будьте тактовним, ввічливим. Подякуйте за запитання.

- Не дайте виникнути непотрібній дискусії.

- Якщо ви припустилися помилки, визнайте це.

- Ретельно добирайте конструкції призначені для того, щоб заспокоїти аудиторію.

• **Контакт з аудиторією** – взаємини промовця і слухачів, що складаються під час виступу під впливом певних чинників (теми промови, часу виступу, знань, майстерності промовця, його авторитету). З метою встановлення і збереження контакту необхідна така система дій: а) управління поведінкою аудиторії; б) управління власною поведінкою.

Помилки у контакті промовця з аудиторією:

- 1) естетичне несприйняття за зовнішнім виглядом, манерою поведінки, стилем одягу;
- 2) інтелектуальна відмінність – швидкість інтелектуальних процесів у людей;
- 3) мотиваційна відмінність – не зацікавлення темою промови;
- 4) стилістична відмінність – стиль повідомлення не відповідає змісту;
- 5) лінгвістична відмінність – різноманітний словниковий запас;
- 6) фонетична відмінність – утємпі і швидкості мовлення, якості дикції й вимови;
- 7) емоційна відмінність – рівень прояву емоцій при викладі змісту промови.

Під впливом приємних емоцій аудиторія стає розкутою, винахідливою. Почуття емпатії підсилюють співпереживання у сприйнятті змісту промови.

Особистісні прояви неякісного контакту:

- людина хоче і може, але не вміє спілкуватися (невихованість, егоцентричність);
- не хоче, не вміє і не може спілкуватися (аутичність, глибока самотність);
- вміє, але вже не може і не хоче спілкуватися (відчуженість, виключеність із соціальних зв'язків, самотність у колективі);
- вміє, може, але не прагне спілкування (самодостатність, відсутність мотивації);
- і може, і хоче, але боїться спілкуватися (соціофобія).

Фахівець з ораторської майстерності Н. М. Тимченко виокремлює основні причини мовленнєвих помилок мовця:

- неточність висловлення; нечітка інформація;
- недоречне використання професійних термінів;
- неправильне тлумачення намірів співрозмовника;

- надмірне використання іншомовних слів;
- швидкий темп мовлення; не зосереджена увага;
- неадекватні інтонації, міміка і жести, що не співпадають з текстом.

Сприйняття промови

Чути означає прагнути зрозуміти і запам'ятати почуте. Більшість людей, на думку вчених, погано вміють слухати слова інших, особливо якщо ці слова не торкаються їхніх інтересів.

Уміння слухати розвиває можливість міркувань щодо проблеми, послаблює вплив стресу, напруги, розвиває почуття впевненості у собі. Уміння слухати – один із головних показників культури людини.

Слухати можна по-різному.

Види слухання

1. Глухе мовчання (відсутність реакції).
2. Підтакування («ага», «так-так», кивання).
3. «Відлуння-реакція» – повторення останнього слова співбесідника.
4. «Дзеркало» – повторення останньої фрази співрозмовника.
5. Спонука («Ну і... що далі?»).
6. Конкретизуючі запитання («Що ти мав на увазі?»).
7. Навідні запитання (Що? Де? Коли? Навіщо?).
8. Оцінки, поради.
9. Продовження (коли слухач втручається у промову, підказує слова).
10. Емоції.
11. Некоректна реакція («Нісенітниця це все»).
12. Зневага до партнера (ігнорування співрозмовника, нехтування його увагою).

Ускладнює слухання

Фізичний дискомфорт. Спека, холод, втома чи головний біль погіршують здатність слухати і приділяти увагу співрозмовнику.

Телефонні дзвінки, інші зовнішні подразники можуть відволікати.

Думки про інші зустрічі, невідкладні справи і термінові повідомлення.

Надмірна заклопотаність собою і власними проблемами ускладнює процес спілкування.

Персоналізація. Припущення, що співрозмовник говорить про вас, хоча це не так, обмежує ваше сприйняття.

Ставлення до співрозмовника. Симпатія чи ворожість до співрозмовника можуть зіпсувати слухання.

Вибіркове слухання. Сприйняття лише частини того, що говорить співрозмовник.

Співрозмовник говорить недостатньо голосно чи пошепки.

Надто швидкий чи повільний темп мовлення.

Відволікаюча зовнішність співрозмовника, його манери (неадекватність міміки та ін.).

Довкілля чи пейзаж.

Погана акустика.

Обмеженість у часі, відчуття, що регламент вичерпано.

Надмірна заклопотаність роботою, необхідність робити кілька речей водночас.

Колірстін у приміщенні (червоний – дратує, темно-сірий – пригнічує).

Слухаючи ефективно, ви впливаєте на ситуацію і на її результат. Таке уміння дає змогу зрозуміти, що саме було сприйнято неправильно, і вчасно зупинитися, щоб щось з'ясувати.

2. Типологія конфлікту

Конфліктна ситуація – це суперечливі позиції сторін з певного питання, розбіжність інтересів, бажань. Досить часто в основі конфліктної ситуації закладені об'єктивні протиріччя, але іноді буває достатньо незначної дрібниці: невдало сказаного слова, думки, тобто інциденту – і конфлікт може розпочатися. Конфліктна ситуація – це умова виникнення конфлікту. **Конфлікт** – це стан взаємин, коли неможлива або відсутня згода між сторонами. Конфлікти можуть призвести до підвищення або зниження ефективності роботи. Вплив конфлікту залежить від того, наскільки він керований. Коли люди думають про конфлікт, вони найчастіше асоціюють його з агресією, погрозами, суперечками, ворожістю. Вважають, що конфліктні ситуації необхідно уникати. Але деякі конфлікти є навіть бажані. У багатьох випадках конфлікт допомагає виявити

розмаїтість точок зору, подає додаткову інформацію, допомагає виявити більше число альтернатив. Таким чином, конфлікт може бути функціональним і вести до підвищення ефективності організації, або дисфункціональним, що призводить до зниження ефективності організації. Роль конфлікту залежить від того, наскільки ефективно ним керують. Щоб керувати конфліктом, необхідно знати причини його виникнення, тип, можливі наслідки для того, щоб вибрати найефективніший метод його розв'язання.

Типологія конфлікту

Внутрішній або особистий конфлікт пов'язаний з протиріччями між вимогами обставин і бажанням особистості (працівника).

Міжособистісний конфлікт виникає в організації через непорозуміння керівників, груп, через фінансування.

Міжгруповий конфлікт виникає через неспівпадіння інтересів між менеджерами, підрозділами.

Конфлікти виникають на підставі різних причин:

- розподіл ресурсів;
- різниця у манері поведінки і життєвому досвіді;
- незадовільні комунікації.

Вертикальні конфлікти – припускають розподіл влади по вертикалі, що визначає різні умови учасників конфлікту: керівник – підлеглий, вища організація – корпорація, мале підприємство – засновник.

При горизонтальних конфліктах передбачається взаємодія рівних за ієрархічним рівнем суб'єктів: керівники одного рівня, фахівці між собою.

Відкриті конфлікти характеризуються: сварками, суперечками.

При схованому конфлікті відсутні зовнішні агресивні дії між конфлікуючими сторонами, але при цьому використовуються непрямі способи впливу. Це відбувається за умови, якщо один з учасників конфліктної взаємодії боїться іншого, або в нього немає достатніх чинників для відкритої боротьби.

М. Дойч виділяє шість типів конфлікту:

1. «Реальний конфлікт» – це конфлікт, який адекватно сприймається.

2. **«Випадковий, або умовний, конфлікт»** – залежить від обставин, що можуть змінюватися, але ці обставини не усвідомлюються конфліктуючими сторонами.

3. **«Зміщений конфлікт»** – реальний конфлікт, за яким приховується інший конфлікт, що є справжнім чинником конфліктної ситуації.

4. **«Помилково дописаний конфлікт»** – конфлікт, що помилково тлумачиться.

5. **«Латентний конфлікт»** – конфлікт, який має відбутися, але не виникає тому, що не усвідомлюється.

6. **«Хибний конфлікт»** – об'єктивно його немає, але він виникає у свідомості конфліктуючих сторін через помилкове сприйняття та розуміння ситуації.

Отже, **конфлікти можуть виникати внаслідок таких причин:**

1. **Суперечливість потреб, бажань, інтересів, цілей або цінностей.** Ця причина конфлікту може стати головною не тільки для клієнтів, але й для співробітників сфери сервісу. Наприклад, співробітник служби охорони, виконуючи свої безпосередні обов'язки, може замість покладеної білої сорочки носити жовту, допускати вимову нецензурних слів.

2. **Незадовільна комунікація.** Погана передача інформації є як причиною, так і наслідком конфлікту. Чи то клієнт неправильно зрозумів інформацію, яку йому виклав менеджер, чи то сам менеджер говорив невизначено.

3. **Недоцільний контроль.** Недоречний контроль призводить до конфліктів. З іншого боку, безконтрольність призводить до безвідповідальності.

Є два види керування конфліктною ситуацією: структурні та міжособистісні.

В основу структурних методів закладено:

- пояснення вимог до роботи;
- загальноорганізаційні, комплексні цілі;
- поліпшення структури системи винагород;
- міжособистісні методи подолання конфліктів;
- уникнення, свідомий вихід з конфліктних обставин;
- спростування, запобігання виникнення конфліктних ситуацій.

Конфлікти між особистостями

Коли проблема визначена, потрібно знайти рішення, які влаштовують обидві сторони;

створення атмосфери довіри, обмін інформацією, уникнення гніву, погроз.

Причини конфлікту: незадовільні умови роботи, нечіткий розподіл функцій та обов'язків – ці проблеми належать до ряду конфліктних, тобто призводять до напружених ситуацій. Важливо, щоб персонал був готовий до правильної поведінки у конфліктних ситуаціях.

Причини конфліктів, які виникають у готельно-ресторанній сфері.

До прикладу, конфлікт може виникнути, коли працівники готельно-ресторанної сфери розподіляють час перебування у готелі.

Погана передача інформації є як причиною, так і наслідком конфлікту. Іноді не вдається знайти винного в непорозумінні. Конфлікт може виникнути у випадку, коли немає необхідної техніки.

Недоцільний контроль призводить до конфліктів. Якщо контролювати всі дії (споживача, працівника готелю, ресторану або туристичної фірми), то людина рано чи пізно не витримає.

Люди по-різному реагують на конфлікти: хтось їх уникає, хтось вважає джерелом прогресу; хтось має стійкість до конфліктів, не провокує їх, однак і не уникає; для когось це основний спосіб поведінки.

Визначають відповідні типи конфліктних осіб:

— **Агресивні** поділяються на три підтипи: «танки», «снайпери» й «підрильники». «Танки» переконані у своїй компетентності. «Снайпери» дошкуляють людям різними жартами й зауваженнями, але їх можна «вивести на чисту воду», якщо попросити детально пояснити, що мається на увазі. «Підрильники» гнівно лають, доки не «виплеснуть» усі емоції, створюючи ілюзію ображеного.

— «Скаржники» люблять детально розповідати про свої проблеми.

— **Нерішучі працівники** не можуть однозначно вирішити питання.

— «Всезнайки» рідко визнають свої помилки і своєю поведінкою викликають іноді відчуття неповноцінності.

Конфлікти виникають зсуттєвих та несуттєвих причин, випадкових і закономірних, взаємопов'язаних та непов'язаних причин.

Сім типових помилок людини, яка конфліктує:

1. Відстоює свою точку зору і не думає, як розв'язати проблему.
2. Поводиться не гнучко, не спроможна змінити тактику.
3. Нетерпляча, не може перейти на іншу позицію, піти на компроміс.
4. Мислить стереотипно, прагне втиснути рішення в межі існуючих норм, традицій, правил.
5. Відволікається від основної мети на інші, побічні.
6. Бачить тільки один шлях вирішення проблеми.
7. Боїться ризикувати.

У готельно-ресторанному бізнесі є декілька рівнів прояву конфлікту:

— між споживачами й організаторами (менеджерами закладу, екскурсоводами, гідями, перекладачами, співробітниками готелів, офіціантами, водіями транспортних засобів);

— між працівниками закладів (конфлікти у самій фірмі, а також з її конкурентами);

— між споживачами (на екскурсіях, у ресторанах, музеях, під час проживання в готелі, участі у розважальних заходах).

Конфлікт може виникнути через непорозуміння. До прикладу, менеджер, який проводить інструктаж, неправильно назвав час вильоту літака, споживачу довелося чекати дві години в аеропорту, або адміністратор готелю помилився з ключем від номера, переплутав поверхи, неправильно записав паспортні дані чи назвав ім'я гостя. Це може стати джерелом конфлікту.

Перед конфліктна ситуація поступово переходить у відкритий конфлікт. Однак для цього потрібен інцидент.

Інцидент – це лише формальний привід, необхідний для початку конфлікту. Ним може стати недоречна репліка менеджера, відсутність води у номері.

Початок конфлікту виражається в діях, спрямованих на опонента з метою досягнути очікуваного.

Якщо конфлікт починає шкодити спільній справі, то настає кульмінація, відбувається вибуховий епізод, і учасники розуміють потребу у вирішенні конфлікту.

На стадії вирішення конфлікту можливі різні варіанти розвитку подій: сторони можуть піти на взаємні поступки; сильна сторона може нав'язати слабкій свої умови; одна зі сторін може повністю втратити свої позиції.

Заключний етап стадії вирішення конфлікту передбачає переговори. Однак, під час переговорів конфлікт може загостритися, якщо хтось із його учасників захоче зміцнити свої позиції. В основу може бути закладено принцип компромісу (взаємні поступки сторін) або консенсусу (спільне вирішення проблеми).

Післяконфліктна стадія формує нові взаємини й оцінку своїх можливостей.

Вважається, що керівник повинен не усувати конфлікт, а керувати ним. При цьому він повинен:

- вивчити причини (джерела) конфлікту;
- обмежити кількість учасників конфлікту;
- вибрати засоби і методи вирішення конфлікту;
- проаналізувати наслідки конфлікту;
- прийняти заходи з ліквідації (обмеження) негативних наслідків конфлікту.

Визначають п'ять способів розв'язання конфліктів: ухиляння, згладжування, примус, компроміс, розв'язання проблеми.

Ухиляння. Людина намагається уникнути конфлікту. Прагне не потрапляти в ситуації, які провокують протиріччя.

Згладжування. Людина дотримується принципу: «Не доцільно сердитися, тому що всі ми повинні виконувати загальну роботу», «Це не має великого значення. Подумай про те хороше, що відбулося сьогодні». Але проблема може залишитися.

Примус. Змушують прийняти чужу позицію. Той, хто намагається це зробити, не цікавиться думкою інших людей, поводить себе агресивно.

Компроміс. Здатність до розумного компромісу цінується, тому що це дає можливість швидко вирішувати конфлікти.

Розв'язання проблеми. Цей стиль – пошук найкращих варіантів вирішення проблем. Конфлікт розглядається як позитивний початок. Високоєфективні компанії зазвичай користуються стилем вирішення проблеми, а не згладжування або ухилення.

Крім того, способи подолання конфліктів поділяють на педагогічні (бесіда, прохання, переконання, пояснення) та адміністративні (переведення на іншу роботу, вирішення конфлікту за рішенням комісії, суду, за наказом керівника).

3. Правила запобігання конфлікту

Фахівці рекомендують декілька правил запобігання конфліктам:

1. Виявляйте поступливість. Щоб запобігти конфліктам бажано знайти компроміс.

2. Будьте доброзичливі. Для менеджера, адміністратора готелю, екскурсовода, бармена не потрібно надзвичайних зусиль, щоб посміхнутися співрозмовнику.

3. Дотримуйтеся дистанції. Коли причиною конфлікту є психологічна несумісність двох людей, то кращий спосіб її подолати — збільшити між ними дистанцію.

4. Будьте психологічно компетентні. Велике значення має психологічна підготовка працівників готельно-ресторанної сфери.

5. Поважайте себе та інших. В основі взаємин персоналу готелів, ресторанів із споживачами повинен бути закладений принцип взаємної поваги. Споживач повинен отримати оптимальні умови для відпочинку. Однак не можна забувати про почуття власної гідності. Деякі багаті споживачі можуть зневажливо ставитися до персоналу, оскільки вважають, що вони платять гроші. Цього не можна допускати.

6. Володійте собою. Якщо не стримувати емоцій, то схвильованість і запал можуть стати перешкодою для роботи. Важливими є: привітно-ввічливий вираз обличчя, легка посмішка.

Як ліквідувати 50% хвилювань, що виникають на роботі?

Найважливіше в житті – це вміння виробляти у себе позитивне ставлення до довкілля.

Пропонуємо програму, яку необхідно виконувати щодня. Вона називається «Тільки сьогодні».

1. Сьогодні я буду щасливий.

2. Сьогодні я прийму свою сім'ю, свою роботу такими, які вони є, і спробую знайти в них все позитивне.

3. Сьогодні я подбаю про свій організм. Буду стежити за своїм тілом, правильно харчуватися, не шкодитиму своєму здоров'ю. Мій організм повинен бути міцним і стійким, щоб я міг радіти життю.

4. Сьогодні я приділю увагу розумовому розвитку. Я довідаюся щось корисне.

5. Сьогодні я зроблю комусь щось корисне.

6. Сьогодні я до всіх ставитимусь шанобливо. Я виглядатиму якомога краще; розмовлятиму м'яким, тихим голосом... Я не критикуватиму.

7. Я виконаю те, що було заплановано на сьогодні. Я складу програму своїх справ.

8. Сьогодні я півгодини проведу на самоті.

9. Сьогодні я нічого не боюся. Я буду відчувати себе щасливим, насолоджуватися життям, любити і вірити, що мене також хтось любить.

10. Я не докучатиму своїм ворогам.

Якщо ви хочете насолоджуватися життям, звертайте увагу на хороше і не концентруйте її на поганому.

Література

Основна

1. Андрєєва І. В. Етика ділових відносин / Андрєєва І. В. – Зб.: Вектор, 2006. – 160 с.

2. Ботавіна Р. Н. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Ботавіна Р. Н. – М.: Фінанси і статистика, 2004. – 208 с.

3. Герасимчук А. А. Етика та етикет / Герасимчук А. А., Тимошенко О. І. – К.: СУ, 2006. – 350 с.

4. Герчанівська П. Е. Культура управління: навч. посібн. / Герчанівська П. Е. – К.: Політехніка, 2005. – 152 с.

5. Етика: навч. посіб. / Т. Г. Аболіна, В. В. Єфіменко та ін. – К. – 1992. – 231 с.
6. Етика: навч. посіб. / Аболіна Т. Г., Панов М. І., Стасевська О. А. та ін. – К., 2002. – 225 с.
7. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі: монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна – Х.: ХДУХТ, 2011. – 73 с.
8. Малахов В. Г. Етика: курс лекцій. / Малахов В. Г. – К.: Либідь, 2000. – 304 с.
9. Малахов В. А. Етика. Курс лекцій: навч. посіб. – К., 2004. – 384 с.
10. Мартиненко М. М. Основи менеджменту: підручн. / Мартиненко М. М. – К.: Каравела, 2005. – 496 с.
11. Основи бізнесу: навч. посіб. / Ларіна Я. С., Мочерний С. В., Фомішина В. М., Чеботар С. І. – К.: Академія, 2009. – 384 с.
12. Палеха Ю. І. Ділова етика: навч.-методичний посібн. / Палеха Ю. І. – К.: ЄУФІМБ, 2000. – 250 с.
13. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Палеха Ю. І. – К.: Кондор, 2008. – 356 с.
14. Радченко С. Г. Етика бізнесу. Практикум: навч. посіб. – К., 2006. – 232 с.
15. Романовський О. Г. Ділова етика: навч. посібн. / Романовський О. Г., Пономарьов О. С., Лапузіна О. М. – Харків: НТУ «ХП», 2006. – 364 с.
16. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту: навч. посібн. / Сердюк О. Д. – К.: Професіонал, 2004. – 432 с.
17. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібн. / Статінова Н. П., Радченко С. Г. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
18. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: навч. посібн. / Стоян Т. А. – К.: Центр навч. літератури, 2004. – 232 с.
19. Тофтул М. Г. Етика: навч. посіб. – К. – 2005. – 414 с.
20. Цапова В. О. Ділова етика як складова частина духовно-етичного самовизначення людини / Цапова В. О. // Духовність українства. – 2002. – № 4. – С. 110-114.

Додаткова

1. Валюк О. Я. Наукові концепції моралі й моральності / О. Я. Валюк // Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України Проблеми сучасної психології. – 2010. – Випуск 7. – С. 75–86.
2. Гасюк Л. М. До проблеми визначення сутності поняття «професійна етика» / Л. М. Гасюк // Теоретичні питання освіти та виховання: Збірник наукових праць. – 2001. – Випуск 14. – С.100–102.
3. Гасюк Л. М. Етика в українському вимірі / Гасюк Л. М. // Вісник Черкаського державного університету: Психолого-педагогічні науки. – 2000. – Випуск 18. – С.23–28.
4. Демків Т. В. Моральні пріоритети людського буття / Т. В. Демків // Наукові записки КУТЕП. Серія «Філософські науки». – 2011. – Вип. 9. – С. 297–306.
5. Клічук А. В. Етичний аналіз справедливості як універсальної категорії міжіндивідних взаємин / А. В. Клічук // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Філософія. Політологія». – 2010. – № 100. – С. 10–15.
6. Мазурик М. Онтологічний вимір етичних категорій добра і зла / Марія Мазурик // Вісник НУ «ЛП». Філософські науки. – 2010. – № 661. – С. 25–31.
7. Мовчан В. С. Етика: Навч. посібник / В. С. Мовчан. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 483 с.
8. Сердюк О. С. Деонтологічний підхід в етиці бізнесу / О. С. Сердюк // Totallogy - XXI. Постнекласичні дослідження. – 2004. – Вип. 11. – С. 290–301.
9. Тофтул М. Г. Проблема справедливості: етичний аспект / М. Г. Тофтул, Р. П. Шмат // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2007. – № 31. – С. 3–5.
10. Фальковська Л. М. Справедливість як предмет соціально-психологічного дослідження / Людмила Фальковська // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави: зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України; за заг. ред. М. М. Слюсаревського; упоряд. Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко. – К.: Міленіум, 2011. – Вип.11. – С. 299–299.