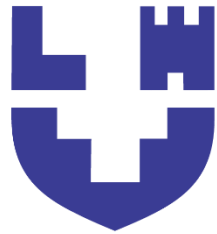


Міністерство освіти і науки України



ЛУЦЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

**КОМУНІКАЦІЯ, МЕДІАЦІЯ ТА МЕНТАЛЬНИЙ  
РОЗВИТОК В ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНІЙ СФЕРІ**

Конспект лекцій

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»  
галузі знань J Транспорт та послуги  
спеціальностей J3 Туризм та рекреація, J2 Готельно-ресторанна справа та

кейтеринг

денної та заочної форми навчання

Луцьк 2025

УДК 338.48:379.8:316.77:159.9

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ

Директор бібліотеки \_\_\_\_\_ Наталія ПОЛІЩУК

Рекомендовано до видання вченою радою факультету митної справи, матеріалів та технологій ЛНТУ,  
протокол № \_\_\_\_\_ від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 року.

Голова вченої ради факультету ФММТ \_\_\_\_\_ Валентина ТКАЧУК

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ, протокол № \_\_\_\_\_ від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 року.

Завідувачка кафедри \_\_\_\_\_ Людмила МАТВІЙЧУК, д.е.н.,  
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

Укладач: \_\_\_\_\_ Тетяна ЗУБЕХІНА, к.пед.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

Рецензент: \_\_\_\_\_ Юлія ШЕЙКО, к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ.

Відповідальний за випуск: \_\_\_\_\_ Людмила МАТВІЙЧУК, д.е.н., проф., завідувачка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

*Комунікація, медіація та ментальний розвиток в туристично-рекреаційній сфері: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань J Транспорт та послуги спеціальностей J3 Туризм та рекреація, J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг денної та заочної форми навчання /укладач: Зубехіна Т.В. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 52 с.*

Видання містить теоретичний матеріал до вивчення окремих тем програми курсу для студентів спеціальностей J3 Туризм та рекреація, J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, денної та заочної форми навчання.

## **Загальна інформація про дисципліну**

---

Навчальна дисципліна «Комунікація, медіація та ментальний розвиток в туристично-рекреаційній сфері» є вибірковою дисципліною підготовки бакалавра для студентів спеціальностей «Туризм та рекреація» та «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг». Дисципліна поєднує теорію комунікації, практику медіації та психологію ментального розвитку особистості в контексті сервісної діяльності.

Мета – формування в студентів комплексу знань, умінь та навичок, спрямованих на забезпечення ефективної комунікації, застосування медіаційних технологій, а також розвиток ментальної стійкості та емоційного інтелекту в контексті професійної діяльності у сфері туризму та рекреації.

У сучасних умовах розвитку туристично-рекреаційної сфери комунікація, медіація та ментальний розвиток набувають особливого значення як ключові чинники ефективної взаємодії між усіма учасниками туристичного процесу. Якісна комунікація сприяє формуванню позитивного іміджу дестинацій і сервісів, медіація допомагає запобігати та врегульовувати конфлікти в мультикультурному середовищі, а ментальний розвиток фахівців і споживачів туристичних послуг забезпечує усвідомлене сприйняття досвіду подорожей. Сукупність цих складових створює підґрунтя для сталого розвитку туристично-рекреаційної галузі, підвищення якості обслуговування та зміцнення міжкультурного діалогу.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. КОМУНІКАЦІЯ ТА ВЗАЄМОДІЯ**

### **Тема 1. Поняття комунікації: типи, рівні, моделі**

#### **1.1. Поняття комунікації та спілкування**

Комунікація (від лат. Communicatio – повідомлення, передача) – це процес передавання інформації, ідей, думок і почуттів від однієї особи або групи до іншої за допомогою символів, мови, жестів та інших засобів. Спілкування – більш широке поняття, що включає не лише обмін інформацією, а й встановлення психологічного контакту, взаємовплив, формування спільного розуміння.

Ключова відмінність: комунікація може бути односторонньою (оголошення, реклама), тоді як спілкування передбачає взаємодію та зворотний зв'язок. У туристично-рекреаційній сфері обидва процеси є нерозривно пов'язаними: від якісного оголошення на ресепшн до живого діалогу з гостем.

Комунікація – це процес обміну інформацією, знаннями, ідеями, емоціями та смислами між людьми за допомогою вербальних і невербальних засобів. Вона охоплює не лише передавання повідомлень, а й їх сприйняття, інтерпретацію та зворотний зв'язок, що забезпечує взаєморозуміння між учасниками взаємодії. Комунікація може відбуватися в міжособистісному, груповому, масовому та міжкультурному вимірах і є основою соціальної взаємодії в будь-якій сфері діяльності.

Спілкування є ширшим соціально-психологічним процесом взаємодії між людьми, у межах якого реалізується комунікація. Воно включає не лише обмін інформацією, а й встановлення та розвиток міжособистісних відносин, взаємний вплив, емоційний контакт і спільну діяльність. Таким чином, комунікація виступає змістовою складовою спілкування, тоді як спілкування відображає цілісну форму людської взаємодії, що поєднує інформаційний, емоційний і поведінковий аспекти.

Комунікація – це процес обміну інформацією, знаннями, ідеями, емоціями та смислами між людьми за допомогою вербальних і

невербальних засобів. Вона охоплює не лише передавання повідомлень, а й їх сприйняття, інтерпретацію та зворотний зв'язок, що забезпечує взаєморозуміння між учасниками взаємодії. Комунікація може відбуватися в міжособистісному, груповому, масовому та міжкультурному вимірах і є основою соціальної взаємодії в будь-якій сфері діяльності.

Спілкування є ширшим соціально-психологічним процесом взаємодії між людьми, у межах якого реалізується комунікація. Воно включає не лише обмін інформацією, а й встановлення та розвиток міжособистісних відносин, взаємний вплив, емоційний контакт і спільну діяльність. Таким чином, комунікація виступає змістовою складовою спілкування, тоді як спілкування відображає цілісну форму людської взаємодії, що поєднує інформаційний, емоційний і поведінковий аспекти.

Комунікація виконує низку важливих функцій, які забезпечують ефективну взаємодію між людьми та організацію спільної діяльності. Передусім інформаційна функція полягає в обміні знаннями, фактами, повідомленнями та досвідом, що дозволяє учасникам взаємодії орієнтуватися в ситуації та приймати обґрунтовані рішення.

Комунікативна (соціальна) функція забезпечує встановлення, підтримання та розвиток соціальних контактів і міжособистісних відносин. Через комунікацію люди взаємодіють, координують дії та формують спільні цінності й норми поведінки.

Регулятивна функція проявляється в організації та управлінні поведінкою людей, узгодженні спільних дій, впливі на установки й мотивацію учасників спілкування. Вона особливо важлива в професійному та управлінському середовищі.

Емоційно-експресивна функція полягає в передаванні емоцій, почуттів і ставлення до співрозмовника чи ситуації, що сприяє взаєморозумінню, емпатії та психологічному комфорту.

Культуро утворювальна функція забезпечує передачу соціального досвіду, традицій, цінностей і культурних норм між поколіннями та

різними соціальними групами, сприяючи формуванню особистості та розвитку суспільства.

**Таблиця 1. Основні функції комунікації**

Функція	Зміст	Приклад у туризмі
Інформаційна	Передача відомостей, даних	Інформування туриста про маршрут
Регулятивна	Координація поведінки людей	Інструктаж перед екскурсією
Емоційна	Вираження та передача почуттів	Привітання гостя з посмішкою
Соціальна	Встановлення і підтримка контактів	Нетворкінг на туристичному форумі
Мотиваційна	Спонування до дії	Реклама тур-продукту
Пізнавальна	Розширення знань	Пізнавальна екскурсія

Комунікація має різні типи, які виокремлюють залежно від кількості учасників, способу передавання інформації, контексту та характеру взаємодії. Міжособистісна комунікація відбувається між двома або кількома людьми й ґрунтується на безпосередньому контакті, що дозволяє враховувати емоції, індивідуальні особливості та зворотний зв'язок.

Групова комунікація здійснюється в межах малої або великої соціальної групи й спрямована на обговорення спільних питань, ухвалення рішень та координацію діяльності учасників.

Масова комунікація передбачає передавання інформації великій аудиторії за допомогою засобів масової інформації, цифрових платформ і соціальних мереж, впливаючи на суспільну думку та соціальні процеси.

За способом передавання інформації розрізняють вербальну комунікацію, що здійснюється через усну й писемну мову, та невербальну комунікацію, яка включає жести, міміку, інтонацію, позу та інші невербальні сигнали.

За контекстом виділяють міжкультурну комунікацію, що відбувається між представниками різних культур і потребує врахування культурних

відмінностей, норм і цінностей, а також професійну комунікацію, пов'язану з виконанням службових обов'язків і діловою взаємодією.

**Таблиця 2. Типи комунікації**

Тип	Характеристика	Канал	Особливості
Вербальна усна	Передача через мовлення	Голос	Швидкість, гнучкість, зворотний зв'язок
Вербальна письмова	Через написаний текст	Текст	Документальність, точність
Невербальна	Жести, міміка, пози, простір	Тіло	55–65% всієї інформації
Цифрова	Через електронні засоби	Інтернет	Масштабність, збереження
Візуальна	Схеми, графіки, зображення	Зір	Наочність, простота сприйняття

Комунікація здійснюється на різних рівнях, кожен з яких має свої особливості та функції. Внутрішньоособистісний рівень пов'язаний із внутрішнім діалогом людини, осмисленням інформації, власних переживань, установок і прийняттям рішень. Саме на цьому рівні формується ставлення особистості до навколишнього світу та до самої себе.

Міжособистісний рівень охоплює безпосередню взаємодію між двома людьми, що ґрунтується на обміні інформацією, емоціями та взаємовпливі. Він є основою встановлення довіри, партнерських відносин і взаєморозуміння.

Груповий рівень реалізується в межах малої соціальної групи (колективу, команди), де комунікація спрямована на координацію спільної діяльності, розподіл ролей і досягнення спільної мети.

Організаційний рівень пов'язаний із комунікацією в межах установ, організацій або підприємств і забезпечує ефективне управління, передавання службової інформації та взаємодію між структурними підрозділами.

Масовий рівень комунікації охоплює взаємодію з великою аудиторією через засоби масової інформації та цифрові платформи, формуючи суспільну свідомість, громадську думку та соціальні цінності.

**Таблиця 3. Комунікація відбувається на різних рівнях залежно від кількості учасників та характеру взаємодії**

Рівень	Опис	Приклад
Внутрішньоособистісна	Розмова із собою, самоаналіз, рефлексія	Менеджер обмірковує відповідь туристу
Міжособистісна	Діалог двох або кількох осіб	Бесіда адміністратора з гостем
Групова	Взаємодія у малому колективі	Планерка команди готелю
Організаційна	В межах установи чи підприємства	Корпоративні комунікації в туроператора
Масова	Через ЗМІ, мережу	Реклама туристичного продукту в Instagram

Моделі комунікації відображають структуру, етапи та механізми процесу передавання інформації між учасниками взаємодії. Вони допомагають зрозуміти, як формується повідомлення, яким чином воно передається, сприймається та інтерпретується.

Лінійна модель комунікації розглядає комунікацію як односторонній процес передавання повідомлення від відправника до отримувача без урахування зворотного зв'язку. Вона характерна для масової комунікації, де основна увага зосереджена на джерелі інформації та каналі передавання.

Інтерактивна модель комунікації передбачає наявність зворотного зв'язку, завдяки якому учасники по черзі виступають у ролі відправника й отримувача інформації. Ця модель підкреслює значення реакції адресата та корекції повідомлення.

Транзакційна модель комунікації розглядає комунікацію як одночасний і взаємний процес обміну повідомленнями, у якому всі

учасники постійно впливають один на одного. Вона враховує контекст, емоції, соціальний досвід і культурні чинники.

Модель комунікації з шумами акцентує увагу на перешкодах (фізичних, психологічних, семантичних, соціальних), які можуть спотворювати повідомлення та ускладнювати взаєморозуміння між учасниками спілкування.

Використання різних моделей комунікації дає змогу глибше проаналізувати процес взаємодії та підвищити його ефективність у різних соціальних і професійних контекстах.

**Таблиця 4. Класичні та сучасні моделі комунікації**

Модель	Автори / рік	Ключова ідея
Лінійна (математична)	Шеннон і Вівер, 1948	Відправник → канал → отримувач; акцент на шумах
Кругова	Осгуд, Шрамм, 1954	Обидва учасники одночасно кодують і декодують
Транзакційна	Берло, 1960	Комунікація як взаємообмін, учасники впливають одне на одного
Двоступенева	Лазарсфельд, 1944	Інформація йде через лідерів думок
Мережева (цифрова)	Сучасна	Вузли, алгоритми, вірусний контент

У процесі комунікації часто виникають перешкоди, або шуми, які спотворюють зміст повідомлення та ускладнюють взаєморозуміння між учасниками спілкування. Вони можуть мати різну природу та проявлятися на всіх етапах комунікативного процесу.

Фізичні шуми пов'язані з зовнішніми умовами передавання інформації: шум у приміщенні, поганий зв'язок, технічні несправності, відстань між співрозмовниками. Для їх подолання важливо забезпечити

належні умови спілкування, використовувати якісні технічні засоби та обирати відповідний канал комунікації.

Психологічні шуми зумовлені емоційним станом, упередженнями, стереотипами, рівнем довіри чи особистим ставленням до співрозмовника. Їх подоланню сприяють розвиток емпатії, активне слухання, самоконтроль і створення доброзичливої атмосфери взаємодії.

Семантичні шуми виникають через різне розуміння слів, термінів, символів або професійного жаргону. Для зменшення таких перешкод необхідно використовувати зрозумілу мову, уточнювати значення понять і перевіряти правильність сприйняття інформації.

Соціокультурні шуми пов'язані з відмінностями у культурних нормах, цінностях, традиціях і соціальному досвіді учасників комунікації. Ефективними методами їх подолання є міжкультурна компетентність, толерантність, повага до різноманіття та адаптація комунікативної поведінки.

Організаційні шуми виникають унаслідок нечіткої структури взаємодії, перевантаження інформацією або недосконалих управлінських процесів. Їх можна зменшити завдяки чіткому плануванню, структуруванню повідомлень і налагодженню ефективних каналів зворотного зв'язку.

Подолання комунікативних перешкод сприяє підвищенню якості взаємодії, зміцненню довіри та досягненню взаєморозуміння в міжособистісному й професійному спілкуванні.

**Таблиця 5. Перешкоди (шуми) у комунікації та методи їх подолання**

Вид шуму	Опис	Метод подолання
Фізичний	Сторонні звуки, погана чутність	Зміна середовища, гучномовець
Семантичний	Різне розуміння термінів	Уточнення, перефразування
Психологічний	Упередження, емоційний стан	Активне слухання, емпатія

<b>Вид шуму</b>	<b>Опис</b>	<b>Метод подолання</b>
Культурний	Відмінні норми поведінки	Міжкультурна грамотність
Технічний	Збій зв'язку, неякісний сигнал	Резервні канали комунікації

Ключові поняття теми 1: комунікація, спілкування, вербальна/невербальна комунікація, шум, зворотний зв'язок, кодування/декодування, канал передачі.

## Тема 2. Комунікація в малих групах. Види та функції міжособистісної взаємодії

### 2.1. Поняття і характеристики малої групи

Мала група – це об'єднання від 2 до 25–30 осіб, між якими існують стійкі особистісні стосунки, безпосередній (face-to-face) контакт, спільна мета чи діяльність. У туристично-рекреаційній сфері малі групи є базовою одиницею роботи: туристична група, бригада офіціантів, відділ ресепшн, команда гідів.

**Таблиця 6. Характеристики малої групи**

Ознака малої групи	Пояснення
Обмежена кількість членів	2–25 осіб, оптимум 5–7 для ефективної роботи
Безпосередній контакт	Прямий зв'язок, можливість невербальної комунікації
Спільна мета	Об'єднуюча задача або інтерес
Групові норми	Правила поведінки, прийняті членами
Відчуття «ми»	Групова ідентичність, приналежність

**Таблиця 7. Структура малої групи та ролі**

Елемент структури	Опис	Значення для команди
Лідер	Особа з найвищим впливом, веде групу до мети	Задає темп та атмосферу
Генератор ідей	Пропонує нові підходи та рішення	Інноваційність команди
Виконавець	Реалізує рішення, надійний і послідовний	Стабільність результату
Критик	Аналізує ризики, попереджає помилки	Якість рішень
Комунікатор	Підтримує стосунки, вирішує напруги	Клімат групи
Ізольований	Не інтегрований у групу	Сигнал про проблему

Лідерство є важливим чинником успішної діяльності організації і груп, а стиль лідерства визначає спосіб впливу керівника на підлеглих, характер прийняття рішень і рівень залученості команди. Ефективність стилю лідерства залежить від ситуації, цілей, особливостей колективу та особистих якостей лідера.

Авторитарний стиль лідерства характеризується централізованим ухваленням рішень, жорстким контролем і мінімальним залученням підлеглих. Він може бути ефективним у кризових ситуаціях або за умов обмеженого часу, проте часто знижує мотивацію, ініціативність і креативність працівників.

Демократичний стиль лідерства передбачає активну участь членів команди в обговоренні та прийнятті рішень, відкриту комунікацію й взаємну відповідальність. Цей стиль сприяє підвищенню мотивації, довіри та згуртованості колективу, що робить його ефективним у стабільних умовах і для довгострокового розвитку.

Ліберальний стиль лідерства ґрунтується на мінімальному втручанні керівника та наданні підлеглим значної свободи дій. Він може бути результативним у роботі з висококваліфікованими й самостійними фахівцями, однак за відсутності контролю часто призводить до зниження дисципліни та ефективності.

Ситуаційний стиль лідерства полягає в гнучкому поєднанні різних стилів залежно від рівня зрілості команди, складності завдань і конкретних умов. Такий підхід вважається одним із найефективніших, оскільки дозволяє лідеру адаптувати свою поведінку до потреб колективу.

Отже, ефективне лідерство не обмежується одним стилем, а ґрунтується на здатності керівника обирати й поєднувати різні стилі відповідно до ситуації та цілей діяльності.

**Таблиця 8. Стили лідерства та їх ефективність**

Стиль	Характеристика	Коли ефективний	Ризики
Авторитарний	Директивні рішення, без обговорення	Кризові ситуації, новачки	Низька мотивація
Демократичний	Колегіальний, враховує думку команди	Досвідчена команда	Повільні рішення
Ліберальний	Мінімум контролю, свобода дій	Висококваліфіковані спеціалісти	Безлад, безвідповідальність
Ситуаційний	Адаптується до ситуації та зрілості групи	Різноманітні умови	Вимагає гнучкості

**Таблиця 9. Стадії розвитку групи (модель Такмена)**

Стадія	Назва (англ.)	Характеристика	Завдання керівника
1	Forming – Формування	Знайомство, ввічливість, невпевненість	Дати чіткі цілі та правила
2	Storming – Конфронтація	Конкуренція, конфлікти, боротьба за ролі	Фасилітувати вирішення конфліктів
3	Norming – Нормування	Узгодження норм, зростання довіри	Підтримувати згуртованість
4	Performing – Виконання	Злагоджена робота, висока продуктивність	Підтримувати, делегувати
5	Adjourning – Розпуск	Завершення проекту, емоційне прощання	Відзначити досягнення

**Ключові поняття теми 2:** мала група, групова динаміка, лідерство, комунікативна роль, соціометрія, згуртованість, групові норми.

### **Тема 3. Емоційний інтелект: структура, розвиток, застосування**

#### **3.1. Поняття і моделі емоційного інтелекту**

Емоційний інтелект (EQ, від англ. Emotional Intelligence) – здатність розуміти, використовувати та керувати власними емоціями, а також розпізнавати й розуміти емоції інших людей. Введено у науковий обіг Дж. Маєром і П. Селовеєм (1990), популяризовано Деніелом Гоулменом (1995). EQ на відміну від IQ (коефіцієнта інтелекту) є більш прогностичним для успіху в професіях, пов'язаних із людьми – особливо в сервісній та туристичній сферах.

Емоційний інтелект це здатність людини усвідомлювати, розуміти та керувати власними емоціями, а також розпізнавати емоції інших людей і ефективно взаємодіяти з ними. Він поєднує когнітивні та емоційні процеси, впливаючи на міжособистісне спілкування, прийняття рішень, лідерство та психологічну адаптацію особистості. Розвинений емоційний інтелект сприяє емпатії, саморегуляції та успішній соціальній і професійній діяльності.

У науковій літературі виокремлюють кілька основних моделей емоційного інтелекту. Модель здібностей Майєра-Селовея-Карузо розглядає емоційний інтелект як сукупність ментальних здібностей, що включають сприйняття емоцій, їх розуміння, використання емоцій у мисленні та управління емоціями. Ця модель акцентує увагу на когнітивному аспекті обробки емоційної інформації. Змішана модель Деніела Гоулмана поєднує емоційні здібності з особистісними якостями та соціальними навичками. Вона включає самосвідомість, саморегуляцію, мотивацію, емпатію та соціальні навички й широко застосовується в управлінні, лідерстві та бізнес-середовищі.

Модель Рувена Бар-Она трактує емоційний інтелект як сукупність емоційних і соціальних компетенцій, що визначають здатність людини адаптуватися до вимог середовища. Вона охоплює внутрішньоособистісні

та міжособистісні навички, стресостійкість, адаптивність і загальний настрій.

Таким чином, різні моделі емоційного інтелекту доповнюють одна одну, розкриваючи його як комплексну характеристику особистості, що поєднує емоційні здібності, соціальні навички та психологічну зрілість.

**Таблиця 10. Моделі емоційного інтелекту**

Модель	Автори	Компоненти
Модель здібностей	Маєр, Селовей, Карузо	Сприйняття, використання, розуміння, управління емоціями
Змішана модель	Гоулмен	Самоусвідомлення, саморегуляція, мотивація, емпатія, соціальні навички
Модель рис	Петрідес, Фарнем	EQ як стійкі особистісні риси, що вимірюються самозвітом

**Таблиця 11. П'ять компонентів EQ за Гоулменом**

Компонент	Зміст	Прояв у туристичній сфері
Самоусвідомлення	Розпізнавання власних емоцій та їх впливу	Знає, що конфліктні гості викликають напругу
Саморегуляція	Управління емоційними реакціями, контроль імпульсів	Зберігає спокій при скарзі туриста
Внутрішня мотивація	Прагнення до досягнення заради власного зростання	Ініціює поліпшення сервісу без примусу
Емпатія	Розуміння та врахування емоцій інших	Відчуває втомленість туриста і пропонує допомогу
Соціальні навички	Побудова стосунків, управління конфліктами	Налагоджує контакт з туристом за хвилини

Розвиток емоційного інтелекту є важливою умовою особистісного та професійного зростання, оскільки він сприяє ефективній комунікації, саморегуляції та конструктивній взаємодії з іншими людьми. Існує низка методів, спрямованих на вдосконалення його основних компонентів. Розвиток емоційної усвідомленості передбачає навчання розпізнаванню

власних емоцій і причин їх виникнення. Для цього використовують самоаналіз, ведення емоційного щоденника, рефлексивні практики та регулярне оцінювання власного емоційного стану.

Методи саморегуляції емоцій спрямовані на вміння керувати емоційними реакціями та знижувати рівень стресу. До них належать дихальні вправи, техніки релаксації, майндфулнес, а також розвиток навичок контролю імпульсивної поведінки.

Розвиток емпатії полягає у формуванні здатності розуміти емоції інших людей і співпереживати їм. Ефективними методами є активне слухання, спостереження за невербальною поведінкою, рольові ігри та аналіз міжособистісних ситуацій.

Соціально-комунікативні тренінги сприяють удосконаленню навичок взаємодії, конструктивного зворотного зв'язку та вирішення конфліктів. Вони допомагають формувати асертивну поведінку, командну взаємодію та лідерські якості. Когнітивні методи передбачають переосмислення емоційно значущих ситуацій, зміну негативних установок і розвиток позитивного мислення. Це дозволяє підвищити стресостійкість і психологічну гнучкість.

Систематичне застосування цих методів сприяє підвищенню рівня емоційного інтелекту, покращенню міжособистісних відносин і досягненню гармонії між емоційною та раціональною сферами особистості.

**Таблиця 13. Методи розвитку емоційного інтелекту**

Метод	Суть	Практика
Щоденник емоцій	Фіксація емоцій, ситуацій, реакцій	5–10 хв. щовечора
Медитація усвідомленості	Спостереження за внутрішнім станом без оцінки	10–15 хв. щодня
Активне слухання	Повна увага до співрозмовника, без перебивань	Під час бесіди з клієнтом

Метод	Суть	Практика
Зворотний зв'язок	Регулярне отримання оцінки від колег	360° feedback
Читання художньої літератури	Розвиток емпатії через персонажів	30 хв. на день
Рольові ігри	Моделювання складних ситуацій	Тренінги з сервісу

**Ключові поняття теми 3:** емоційний інтелект (EQ), самоусвідомлення, саморегуляція, емпатія, соціальні навички, мотивація, нейронні шляхи.

## **Тема 4. Медіація як інструмент вирішення конфліктів**

### **4.1. Природа конфлікту та його види**

Конфлікт – це зіткнення протилежних інтересів, потреб, цінностей або думок між двома і більше сторонами. Конфлікт є нормальним явищем у будь-якій організації: він може бути деструктивним (руйнує стосунки, знижує ефективність) або конструктивним (стимулює розвиток, поліпшення процесів).

Конфлікт є невід’ємною складовою соціальної взаємодії та виникає внаслідок зіткнення протилежних інтересів, потреб, цінностей, цілей або поглядів між окремими особами чи групами. Його природа зумовлена як об’єктивними чинниками (обмежені ресурси, різні соціальні ролі, організаційні умови), так і суб’єктивними (емоції, установки, сприйняття, комунікативні бар’єри). Конфлікт може мати як деструктивний характер, призводячи до напруженості та руйнування взаємин, так і конструктивний – сприяючи виявленню проблем, розвитку особистості та пошуку ефективних рішень.

За сферою прояву розрізняють внутрішньоособистісні конфлікти, що виникають у результаті суперечностей між потребами, мотивами чи цінностями самої людини, та міжособистісні конфлікти, які проявляються у взаємодії між окремими індивідами.

Міжгрупові конфлікти виникають між соціальними групами, колективами або організаціями й часто пов’язані з розподілом ресурсів, статусом або владою.

За змістом і причинами виділяють конфлікти інтересів, ціннісні конфлікти, рольові конфлікти та інформаційні конфлікти, що зумовлені браком або викривленням інформації.

За характером перебігу конфлікти можуть бути відкритими й прихованими, а за наслідками – конструктивними, які стимулюють розвиток і співпрацю, та деструктивними, що поглиблюють протистояння й руйнують соціальні зв’язки.

Таким чином, розуміння природи та видів конфліктів є важливою передумовою їх ефективного управління й конструктивного вирішення.

**Таблиця 14. Види конфлікту**

Вид конфлікту	Сторони	Типові причини в туризмі
Між клієнтом і персоналом	Турист – співробітник	Невідповідність очікувань і реальності послуги
Між членами команди	Колеги	Нерівний розподіл навантаження, різні цінності
Між підрозділами	Відділи	Конкуренція за ресурси, нечіткі зони відповідальності
Між партнерами	Турагент – туроператор	Порушення умов договору
В туристичній групі	Туристи між собою	Різні темпи, уподобання, культурні відмінності

**Таблиця 15. Стратегії поведінки в конфлікті (К. Томас)**

Стратегія	Орієнтація	Формула	Коли застосовувати
Суперництво	Власні інтереси > інтереси іншого	Перемогти за будь-яку ціну	Кризові рішення, принципові питання
Пристосування	Власні інтереси < інтереси іншого	Поступитися заради стосунків	Не принципові питання, збереження відносин
Уникання	Ніякої орієнтації	Відсторонитися	Малозначимий конфлікт, потрібен час
Компроміс	Часткове задоволення обох	Взаємні поступки	Обмежений час, рівні позиції
Співробітництво	Повне задоволення обох	Win-win рішення	Час є, важливі стосунки та результат

### 4.3. Медіація: поняття, принципи, етапи

Медіація – добровільний, конфіденційний процес врегулювання спору за участю нейтрального посередника (медіатора), який допомагає сторонам самостійно знайти взаємоприйнятне рішення. Медіатор НЕ є суддею і НЕ виносить рішень.

**Таблиця 16. Принципи медіації**

Принцип медіації	Зміст
Добровільність	Обидві сторони беруть участь за власним бажанням
Нейтральність медіатора	Медіатор не займає жодну з позицій
Конфіденційність	Інформація не виходить за межі процесу
Самовизначення	Рішення приймають самі сторони, а не медіатор
Рівноправність	Обидві сторони мають рівні можливості

**Таблиця 17. Етапи медіації**

№	Етап	Дії медіатора
1	Вступна заява	Пояснення процедури, ролей, принципів медіації
2	Виступ сторін	Кожна сторона представляє своє бачення ситуації без перебивань
3	Виявлення інтересів	Медіатор допомагає перейти від позицій до глибинних інтересів
4	Генерація варіантів	Мозковий штурм: будь-які ідеї рішень
5	Вибір рішення	Оцінка варіантів, вибір взаємоприйнятного
6	Угода	Письмове оформлення та підписання угоди

**Ключові поняття теми 4:** конфлікт, медіація, медіатор, позиція vs. інтерес, стратегія поведінки, компроміс, співробітництво, угода.

## Тема 5. Міжкультурна комунікація: особливості, адаптація, толерантність

### 5.1. Поняття та значення міжкультурної комунікації

Міжкультурна комунікація – це взаємодія між представниками різних культур, що передбачає розуміння культурних відмінностей у вербальній і невербальній поведінці, цінностях, традиціях та нормах. Для фахівця туристично-рекреаційної сфери міжкультурна компетентність є критичною, адже сфера гостинності обслуговує гостей з різних куточків світу.

**Таблиця 18. Виміри культур за Г. Хофстеде**

Вимір	Полюси	Значення для сервісу
Індивідуалізм / колективізм	«Я» vs «Ми»	Індивідуальні vs. групові пакети
Дистанція влади	Висока vs. низька	Ставлення до менеджера, обслуговування VIP
Уникнення невизначеності	Сильне vs. слабке	Потреба в деталях vs. гнучкість
Маскулінність / фемінінність	Досягнення vs. якість життя	Тип відпочинку
Довгострокова орієнтація	Майбутнє vs. сьогодні	Лояльність, постійні клієнти
Поблажливість / стриманість	Задоволення бажань vs. норми	Ставлення до розваг

Культурний шок – це психоемоційний стан напруження, дезорієнтації та стресу, який виникає у людини під час потрапляння в нове культурне середовище з іншими нормами, цінностями, традиціями, мовою та моделями поведінки. Він є природною реакцією на різку зміну соціокультурного контексту й часто супроводжується відчуттям розгубленості, невпевненості та зниженням ефективності комунікації. У

туристично-рекреаційній сфері культурний шок особливо актуальний через інтенсивні міжкультурні контакти.

Процес адаптації до нової культури зазвичай проходить кілька стадій.

Стадія «медового місяця» характеризується позитивними емоціями, захопленням новою культурою, інтересом до традицій і способу життя країни перебування.

Стадія кризи (власне культурний шок) пов'язана з усвідомленням культурних відмінностей, виникненням труднощів у спілкуванні, побуті та професійній діяльності. На цьому етапі можливі розчарування, тривожність і негативні емоції.

Стадія поступової адаптації характеризується частковим прийняттям нових культурних норм, розвитком навичок міжкультурної комунікації та зниженням рівня стресу. Людина починає краще орієнтуватися в новому середовищі.

Стадія інтеграції (або повної адаптації) передбачає гармонійне поєднання власної та нової культури, впевнене функціонування в іншомовному й міжкультурному середовищі та формування відчуття комфорту й стабільності.

Розуміння стадій культурного шоку сприяє усвідомленому проходженню процесу адаптації та підвищує ефективність міжкультурної взаємодії.

**Таблиця 19. Культурний шок та стадії адаптації**

Стадія	Назва	Характерні ознаки
1	Медовий місяць	Захоплення, все здається цікавим і прекрасним
2	Фрустрація / шок	Роздратування, тривога, ностальгія, відчуття чужорідності
3	Поступова адаптація	Звикання до норм, набуття нових навичок
4	Адаптація / прийняття	Впевненість, бікультурна компетентність

Стадія	Назва	Характерні ознаки
5	Зворотний шок	При поверненні на батьківщину: аналогічний процес

#### 5.4. Практичні правила міжкультурного спілкування в туризмі

- Уникати жаргону, ідіом і аббревіатур – вони можуть не перекладатися буквально
- Говорити повільно та чітко, не плутати гучність із зрозумілістю
- Уточнювати розуміння: «Я правильно розумію, що вам потрібно...?»
- Знати ключові культурні табу: їжа, одяг, фізичний контакт
- Поважати норми вітання та прощання (поклон, рукоштовування, дистанція)
- Не робити припущень на основі стереотипів
- Проявляти щирі інтереси до культури гостя – це підвищує довіру
- Знати мову жестів: те, що ввічливо в одній культурі, може образити в іншій

**Ключові поняття теми 5:** міжкультурна комунікація, культурний шок, стереотип, упередження, толерантність, культурна адаптація, виміри культур Хофстеде.

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МЕНТАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

### Тема 6. Психологічні аспекти ментального розвитку

#### 6.1. Поняття ментального розвитку

Ментальний розвиток – це процес формування та вдосконалення внутрішнього світу особистості, що охоплює розвиток мислення, свідомості, емоційної сфери, цінностей, установок і здатності до саморефлексії. Він відображає рівень усвідомлення людиною себе, навколишньої дійсності та власної ролі в соціальному й культурному середовищі. Ментальний розвиток тісно пов'язаний із пізнавальними процесами, емоційним інтелектом, моральними орієнтирами та психологічною зрілістю.

У соціальному та професійному контексті ментальний розвиток визначає здатність особистості адаптуватися до змін, критично мислити, приймати відповідальні рішення та ефективно взаємодіяти з іншими людьми. Він формується під впливом освіти, виховання, життєвого досвіду, культури та комунікації. Таким чином, ментальний розвиток є динамічним і безперервним процесом, що забезпечує особистісне зростання, самореалізацію та гармонійне функціонування людини в сучасному суспільстві.

**Таблиця 20. Основні теорії ментального розвитку**

Теорія	Автор	Ключові положення
Когнітивного розвитку	Ж. Піаже	4 стадії: сенсомоторна → доопераційна → конкретних операцій → формальних операцій
Психосоціального розвитку	Е. Еріксон	8 стадій кризових завдань від народження до старості
Гуманістична	А. Маслоу	Ієрархія потреб; самоактуалізація як вищий рівень розвитку

Теорія	Автор	Ключові положення
Нейропластичності	Сучасна нейронаука	Мозок здатний змінюватися упродовж всього життя

**Таблиця 21. Чинники ментального розвитку**

Група чинників	Приклади	Вплив на фахівця туристичної сфери
Біологічні	Генетика, здоров'я, харчування, сон	Базова енергія та когнітивні функції
Психологічні	Мотивація, самооцінка, досвід, переконання	Ставлення до роботи, резиліентність
Соціальні	Сім'я, колектив, культура, освіта	Комунікативні навички, цінності
Діяльнісні	Праця, навчання, творчість, спорт	Розвиток компетентностей
Екологічні	Природа, міська vs. сільська місцевість	Рівень стресу, відновлення

#### 6.4. Ментальне здоров'я: компоненти та індикатори

За визначенням ВООЗ, ментальне здоров'я – це стан психологічного благополуччя, в якому людина реалізує свій потенціал, може справлятися зі стресами повсякденного життя, продуктивно навчатися та працювати і робити внесок у своє суспільство. Ментальне здоров'я – це стан психологічного благополуччя людини, за якого вона здатна реалізовувати свій потенціал, ефективно справлятися зі стресовими ситуаціями, продуктивно працювати та підтримувати гармонійні стосунки з оточенням. Воно не обмежується відсутністю психічних розладів, а охоплює цілісне функціонування емоційної, когнітивної та соціальної сфер особистості.

До основних компонентів ментального здоров'я належать:

Емоційний компонент, що відображає здатність усвідомлювати, виражати та регулювати власні емоції, зберігати емоційну рівновагу.

Когнітивний компонент, який охоплює ясність мислення, здатність до аналізу, прийняття рішень і критичного осмислення інформації.

Соціальний компонент, що проявляється у вмінні будувати міжособистісні стосунки, співпрацювати, проявляти емпатію та соціальну відповідальність. Мотиваційно-ціннісний компонент, пов'язаний із наявністю життєвих цілей, внутрішньої мотивації, відчуття сенсу життя та особистої значущості. Поведінковий компонент, який характеризує здатність до адаптивної поведінки та ефективного подолання труднощів.

Індикаторами ментального здоров'я є емоційна стабільність, позитивне самосприйняття, адекватна самооцінка, стресостійкість, здатність до саморегуляції, ефективна комунікація, соціальна адаптованість і загальне відчуття психологічного благополуччя. Сукупність цих показників свідчить про гармонійний розвиток особистості та її готовність до активного й повноцінного життя в суспільстві.

**Таблиця 22. Компоненти ментального здоров'я**

Компонент	Індикатори наявності	Індикатори порушення
Емоційне благополуччя	Позитивний настрій, задоволення	Стійкий смуток, тривога
Психологічне функціонування	Компетентність, автономія, зростання	Безпорадність, стагнація
Соціальне функціонування	Якісні стосунки, внесок у спільноту	Ізоляція, відчуженість
Резилієнтність	Відновлення після труднощів	Нездатність впоратися зі стресом

**Ключові поняття теми 6:** ментальний розвиток, когнітивний розвиток, ментальне здоров'я, резилієнтність, нейропластичність, зона найближчого розвитку, самоактуалізація.

## **Тема 7. Бар'єри спілкування. Психологічні аспекти міжособистісної комунікації**

### **7.1. Класифікація бар'єрів спілкування**

Бар'єри спілкування – перешкоди, що заважають ефективному обміну інформацією, взаєморозумінню та взаємодії між комунікантами. Їх важливо вміти розпізнавати та долати, особливо у сфері сервісу, де кожен комунікативний збій може призвести до незадоволення клієнта.

Бар'єри спілкування – це чинники, що ускладнюють або спотворюють процес обміну інформацією та перешкоджають досягненню взаєморозуміння між учасниками комунікації. Їх класифікація дозволяє глибше усвідомити причини комунікативних труднощів і визначити шляхи їх подолання. Психологічні бар'єри пов'язані з індивідуальними особливостями особистості, емоційним станом, упередженнями, стереотипами, страхами та рівнем довіри до співрозмовника. Вони часто виникають через негативний досвід або внутрішні установки. Семантичні (мовні) бар'єри зумовлені різним розумінням слів, термінів, символів, професійного жаргону або мовними труднощами. Особливо поширені в міжкультурному та професійному спілкуванні. Соціокультурні бар'єри виникають унаслідок відмінностей у культурних нормах, традиціях, цінностях, соціальному статусі, релігії або стилях поведінки учасників комунікації. Фізичні бар'єри пов'язані з умовами спілкування: шумом, відстанню між співрозмовниками, поганим освітленням, технічними перешкодами або незручним середовищем. Організаційні бар'єри зумовлені недосконалою структурою взаємодії, перевантаженням інформацією, нечіткими інструкціями або відсутністю зворотного зв'язку в організаціях.

Статусні бар'єри виникають через різницю в соціальному чи професійному статусі, владі або ролях, що може обмежувати відкритість і рівноправність спілкування.

**Таблиця 23. Типи бар'єрів**

Тип бар'єру	Прояви	Методи подолання
Психологічний	Упередження, тривога, захисні механізми	Активне слухання, емпатія, самоусвідомлення
Соціально-статусний	Різниця в ієрархії та владі	Рівноправний діалог, повага до особистості
Культурний	Різне значення слів, жестів, норм	Міжкультурна грамотність, уточнення
Емоційний	Гнів, страх, образа, сильне хвилювання	Пауза, «я-висловлювання», рефреймінг
Когнітивний	Різний рівень знань, жаргон	Проста мова, ілюстрації, перевірка розуміння
Невербальний	Неконгруентність слів і тіла	Відповідність вербального і невербального
Фізичний	Відстань, шум, технічні перешкоди	Зміна умов спілкування

Техніки активного слухання. Активне слухання – це усвідомлений процес сприйняття й розуміння співрозмовника, який передбачає не лише чуття слів, а й увагу до емоцій, намірів та невербальних сигналів. Воно є основою ефективної комунікації, довіри та взаєморозуміння.

До основних технік активного слухання належать:

Зосереджена увага – повна концентрація на співрозмовнику без відволікань, підтримання зорового контакту, відкрита поза та зацікавлений вираз обличчя. Перефразування – відтворення почутого власними словами з метою уточнення змісту повідомлення (наприклад: «Правильно я розумію, що...»). Це допомагає уникнути непорозумінь. Уточнювальні запитання – запитання, що спрямовані на прояснення деталей або глибше розуміння ситуації («Що саме ви маєте на увазі?»). Відображення почуттів – вербалізація емоцій співрозмовника, що демонструє емпатію та підтримку («Здається, це вас засмутило»).

Підсумовування – коротке узагальнення основних думок наприкінці розмови або її етапу, що допомагає структурувати інформацію та

закріпити домовленості. Підтримувальні вербальні сигнали – короткі репліки («розумію», «так», «продовжуйте»), які заохочують співрозмовника до подальшого висловлювання. Застосування технік активного слухання сприяє глибшому взаєморозумінню, зниженню конфліктності та підвищенню ефективності міжособистісного й професійного спілкування.

**Таблиця 24. Техніки активного слухання**

Техніка	Суть	Приклад у готелі
Перефразування	Переказ суті слів власними словами	«Якщо я правильно зрозумів, вас турбує шум у номері?»
Уточнення	Запит додаткової інформації	«Що саме вас не влаштовує в бронюванні?»
Відображення почуттів	Вербалізація емоцій співрозмовника	«Я розумію, що ця ситуація вас розчарувала»
Підсумок	Резюме ключових думок	«Отже, вам потрібно змінити дати...»
Невербальна підтримка	Кивок, зоровий контакт, поза	Нахил тіла до співрозмовника

**Таблиця 25. «Я-висловлювання» vs «Ти-звинувачення»**

«Ти-звинувачення» (УНИКАТИ)	«Я-висловлювання» (ВИКОРИСТОВУВАТИ)
«Ти завжди запізнюєшся!»	«Я відчуваю розчарування, коли зустрічі починаються пізніше»
«Ти не слухаєш мене»	«Я відчуваю незадоволення цій розмові»
«Ти неввічливий з гостями»	«Я помітив, що гості реагували напружено. Як ти думаєш, чому?»

**Ключові поняття теми 7:** бар'єр спілкування, активне слухання, «я-висловлювання», конгруентність, когнітивне спотворення, перефразування, психологічна культура.

## **Тема 8. Соціально-психологічні аспекти розвитку туризму**

### **8.1. Туризм як соціально-психологічне явище**

Туризм задовольняє широкий спектр психологічних потреб людини – від базових (відпочинок, безпека) до вищих (пізнання, самовираження, духовний розвиток). Розуміння психологічних механізмів туристичної поведінки дозволяє фахівцям галузі створювати якісніший продукт.

Мотивація туристичної діяльності – це сукупність внутрішніх і зовнішніх чинників, які спонукають людину до подорожей, вибору певного виду туризму, напрямку та форм відпочинку. Вона відображає потреби, інтереси, цінності й очікування туристів та визначає їхню поведінку в процесі планування й здійснення подорожі.

До внутрішніх мотивів туристичної діяльності належать прагнення до відпочинку й відновлення фізичних і психоемоційних сил, потреба в нових враженнях, самопізнанні та самореалізації, бажання зміни обстановки, пізнання інших культур і способу життя. Важливу роль відіграють також емоційні мотиви – отримання задоволення, позитивних переживань і відчуття свободи.

Зовнішні мотиви пов'язані з впливом соціального середовища, модних тенденцій, реклами, рекомендацій оточення, професійних чи навчальних потреб. До них належать участь у ділових поїздках, освітньому туризмі, оздоровчих програмах або подієвих заходах.

Залежно від домінуючих мотивів виділяють пізнавальний, рекреаційний, культурний, лікувально-оздоровчий, пригодницький, релігійний та соціальний туризм. Розуміння мотивації туристичної діяльності є важливою передумовою формування конкурентоспроможного туристичного продукту, підвищення якості сервісу та задоволення потреб різних категорій туристів.

**Таблиця 26. Мотивація туристичної діяльності**

Теорія / модель	Автор	Суть щодо туризму
Ієрархія потреб	А. Маслоу	Подорожі задовольняють потреби всіх рівнів від безпеки до самоактуалізації
Push-Pull модель	Данн, 1981	Push: внутрішня мотивація – втеча від рутини. Pull: зовнішня – привабливість місця
Психографіка	С. Плог	Психоцентрики (безпека) ↔ алоцентрики (пригоди) ↔ мідцентрики (більшість)
Теорія очікувань	В. Врум	Задоволення = f(очікування vs реальність)

**Таблиця 27. Типи туристів за психографікою С. Плога**

Тип	Характеристики	Вибір дестинацій	Тип продукту
Психоцентрики	Консервативні, тривожні, шукають безпеку	Знайомі місця, масові курорти	Пакетний тур «все включено»
Алоцентрики	Відкриті, допитливі, шукають пригоди	Екзотичні, нові місця	Індивідуальний незалежний тур
Мідцентрики	Більшість туристів, баланс	Популярні, але не заїжджені місця	Напівпакетні тури

Туристична діяльність істотно впливає на психологічний стан людини, поєднуючи як потенційні ризики, так і значні ресурси для особистісного розвитку та відновлення. Усвідомлення цих аспектів є важливим для забезпечення безпечного й комфортного туристичного досвіду.

До психологічних ризиків туристичної діяльності належать стрес і тривожність, пов'язані зі зміною середовища, часовими обмеженнями, мовними та культурними бар'єрами, невизначеністю або непередбачуваними ситуаціями. Часто виникають емоційне

перевантаження, втома, фрустрація через невідповідність очікувань реальному досвіду, а також прояви культурного шоку. У професійній туристичній діяльності додатковими ризиками є емоційне вигорання, підвищена відповідальність за безпеку клієнтів і постійна міжособистісна напруга.

Водночас туризм містить потужні психологічні ресурси, які сприяють відновленню та розвитку особистості. Подорожі забезпечують психоемоційне розвантаження, зниження рівня стресу, відновлення внутрішнього балансу та підвищення життєвої задоволеності. Вони розширюють світогляд, розвивають адаптивність, комунікативні навички, емоційний інтелект і міжкультурну компетентність. Туристичний досвід також сприяє самопізнанню, формуванню стресостійкості та підвищенню психологічної гнучкості.

**Таблиця 28. Психологічні ризики та ресурси туристичної діяльності**

<b>Психологічні ризики</b>	<b>Психологічні ресурси</b>
Синдром Парижа/Єрусалима (культурний шок від невідповідності очікувань)	Зниження стресу та тривожності
Туристична втома (перенасиченість враженнями)	Відновлення психологічних ресурсів
Тривожність при авіаперельотах	Підвищення самооцінки через досягнення
Культурна дезорієнтація	Розширення кругозору та ідентичності
Збільшення нерівності через «туристизацію»	Соціальний капітал (нові знайомства)

**Ключові поняття теми 8:** мотивація туризму, психографіка, типи туристів, push/pull фактори, «момент істини», туристична поведінка.

## Тема 9. Самоусвідомлення та саморефлексія як основа професійного зростання

### 9.1. Поняття та структура самоусвідомлення

Самоусвідомлення – здатність людини усвідомлювати власні думки, почуття, поведінку, цінності, мотиви та їх вплив на оточуючих. Є центральним компонентом емоційного інтелекту і фундаментом особистісного та професійного розвитку. Воно є основою саморегуляції, відповідальної поведінки, особистісного розвитку та формування ідентичності. Завдяки самоусвідомленню людина здатна аналізувати власні дії, оцінювати їх наслідки та цілеспрямовано змінювати свою поведінку.

У структурі самоусвідомлення зазвичай виокремлюють кілька взаємопов'язаних компонентів. Когнітивний компонент (образ «Я») відображає знання людини про себе, свої риси характеру, здібності, соціальні ролі та особистий досвід. Емоційно-оцінний компонент пов'язаний із ставленням до себе, самооцінкою, рівнем самоповаги та емоційним переживанням власної цінності. Поведінково-регулятивний компонент виявляється у здатності керувати власними діями, приймати рішення, відповідати за вчинки та будувати життєві стратегії відповідно до усвідомлених цілей і цінностей.

**Таблиця 29. Складова самоусвідомлення**

Складова Я-концепції	Зміст	Запитання
Я-реальне	Ким я є насправді (риси, здібності, поведінка)	Хто я є зараз?
Я-ідеальне	Яким я хочу бути	Ким я хочу стати?
Я-дзеркальне	Яким мене бачать інші	Як мене сприймають колеги?
Я-можливе	Яким я можу стати	Який мій потенціал?

## 9.2. Вікно Джохарі – інструмент самопізнання

Вікно Джохарі – це психологічна модель, запропонована Джозефом Луфтом і Гаррінгтоном Інгемом, яка використовується для розвитку самоусвідомлення, міжособистісної комунікації та ефективної взаємодії з іншими людьми. Модель ґрунтується на співвідношенні того, що відомо або невідомо людині про себе та що відомо або невідомо про неї оточенню.

Структура вікна Джохарі складається з чотирьох зон. Відкрита зона охоплює риси, почуття й поведінкові прояви, які відомі як самій людині, так і іншим. Розширення цієї зони сприяє довірі та ефективному спілкуванню. Сліпа зона містить характеристики, які не усвідомлює сама людина, але помічають інші. Усвідомлення цієї зони можливе завдяки зворотному зв'язку. Прихована зона включає інформацію, відому людині, але свідомо приховану від оточення (переживання, страхи, мотиви). Її поступове відкриття сприяє глибшому самопізнанню та побудові щирих взаємин. Невідома зона містить риси й потенціал, які наразі не відомі ані людині, ані іншим, і можуть проявитися в нових життєвих ситуаціях.

Як інструмент самопізнання вікно Джохарі допомагає краще зрозуміти себе, усвідомити вплив власної поведінки на інших, розвивати емоційний інтелект і вдосконалювати комунікативні навички, що є особливо важливим у професійній та соціальній діяльності. Вікно Джохарі (Luft & Ingham, 1955) – модель самоусвідомлення, що описує чотири зони особистості у взаємодії з іншими:

**Таблиця 30. Інструмент самопізнання**

	Відомо мені	Невідомо мені	
Відомо іншим	ВІДКРИТА зона (Arena) – відкрита особистість	СЛІПА зона (Blind spot) – «мертвий кут»	
Невідомо іншим	ПРИХОВАНА зона (Façade) – «маска»	НЕВІДОМА зона (Unknown) – несвідоме	

Мета розвитку: розширювати відкриту зону через зворотний зв'язок та саморозкриття.

**Таблиця 31. Цикл рефлексії за Гіббсом**

Крок	Етап	Запитання	Приклад
1	Опис	Що сталося?	«Клієнт скаржився на якість номеру»
2	Почуття	Що я відчував?	«Я відчував розгубленість і захищеність»
3	Оцінка	Що було добре/погано?	«Я вислухав, але не запропонував рішення одразу»
4	Аналіз	Чому так відбулося?	«Бракувало протоколу дій при скаргах»
5	Висновок	Що я можу зробити інакше?	«Вивчити стандарти роботи зі скаргами»
6	План дій	Що я зроблю наступного разу?	«Пройду тренінг, відпрацюю скрипт»

**Таблиця 32. SMART-цілі для професійного розвитку**

Літера	Критерій	Приклад
S	Specific (конкретна)	«Вивчити техніки активного слухання» замість «покращити комунікацію»
M	Measurable (вимірна)	«Пройти 3 тренінги з комунікації»
A	Achievable (досяжна)	«Протягом одного семестру»
R	Relevant (актуальна)	«Для роботи адміністратора готелю»
T	Time-bound (у часі)	«До кінця червня 2025 р.»

**Ключові поняття теми 9:** самоусвідомлення, саморефлексія, Я-концепція, Вікно Джохарі, цикл Гіббса, SMART-цілі, професійна ідентичність.

## **Тема 10. Психологічний туризм як інструмент реабілітації ментального здоров'я**

### **10.1. Поняття та різновиди психологічного туризму**

Психологічний туризм – різновид туристичної діяльності, що цілеспрямовано використовує подорожі та пов'язані з ними практики для відновлення, підтримки або розвитку ментального здоров'я особистості. Поєднує туристичну діяльність із принципами психологічного благополуччя.

Психологічний туризм має кілька різновидів, що відрізняються за метою та змістом.

Рекреаційно-психологічний туризм спрямований на зняття стресу, емоційне розвантаження, відновлення ментального здоров'я та профілактику емоційного вигорання. Він часто поєднується з природним середовищем, релаксаційними та медитативними практиками.

Терапевтичний психологічний туризм передбачає участь у програмах психологічної підтримки, тренінгах, груповій терапії або консультативних сесіях під керівництвом фахівців. Його метою є подолання внутрішніх конфліктів, тривожності та особистісних криз (у межах не клінічної допомоги).

Освітньо-розвивальний психологічний туризм орієнтований на розвиток емоційного інтелекту, комунікативних навичок, лідерських якостей і самоусвідомлення через тренінги, ретрити, коучингові та навчальні програми.

Екзистенційний і трансформаційний туризм спрямований на глибоке самопізнання, переосмислення життєвих цінностей і пошук сенсу життя. Він часто включає усамітнення, символічні маршрути, духовні практики та рефлексію.

Отже, психологічний туризм є перспективним напрямом сучасної туристично-рекреаційної сфери, що поєднує подорожі з турботою про ментальне здоров'я, особистісний розвиток і якість життя людини.

**Таблиця 33. Види психологічного туризму**

Вид	Основні практики	Психологічний ефект
Велнес-туризм	СПА, термальні курорти, дієта	Зниження стресу, відновлення тіла
Екотуризм / природотерапія	Лісові ванни (шинрін-йоку), хайкінг	Зниження кортизолу, підвищення настрою
Ретрит-туризм	Медитація, йога, мовчання, самопостереження	Глибоке відновлення, ясність думок
Пригодницький туризм	Екстрим, подолання страхів, челлендж	Зростання самоефективності
Арт-терапевтичний туризм	Творчі майстерні, малювання в природі	Вираження емоцій, самопізнання
Туризм усвідомленості	Повільні подорожі, mindfulness-практики	Присутність «тут і зараз»
Реабілітаційний туризм	Програми для ветеранів, ВПО, вигорілих	Подолання ПТСР, ресоціалізація

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) розглядає ментальне здоров'я як стан благополуччя, за якого людина усвідомлює власні здібності, може протистояти життєвим стресам, продуктивно працювати та робити внесок у життя спільноти. У цьому підході виокремлюють такі основні компоненти ментального здоров'я:

Емоційне благополуччя – здатність усвідомлювати, виражати та регулювати власні емоції, підтримувати емоційну рівновагу й позитивне ставлення до життя.

Психологічне функціонування – відчуття особистісної цілісності, автономії, самоцінності, наявності життєвих цілей, здатність до самореалізації та особистісного розвитку.

Соціальне благополуччя – уміння встановлювати й підтримувати міжособистісні стосунки, відчувати належність до спільноти, співпрацювати з іншими та брати участь у суспільному житті.

Стресостійкість і адаптивність – здатність ефективно справлятися з труднощами, адаптуватися до змін і відновлювати внутрішню рівновагу після стресових подій.

Продуктивність і залученість у діяльність – можливість навчатися, працювати, приймати рішення та виконувати соціальні ролі відповідно до власних можливостей і потреб.

Таким чином, за підходом ВООЗ ментальне здоров'я є багатовимірним явищем, що поєднує емоційні, психологічні та соціальні складові й є важливою умовою повноцінного життя та сталого розвитку суспільства.

**Таблиця 34. Компоненти ментального здоров'я (ВООЗ)**

Компонент	Прояви здоров'я	Як туризм підтримує
Емоційне благополуччя	Позитивний настрій, задоволення від життя	Нові позитивні переживання
Психологічне функціонування	Реалізація потенціалу, компетентність	Виклики та досягнення
Соціальне функціонування	Якісні стосунки, приналежність	Нові знайомства, командна взаємодія
Резилієнтність	Відновлення після труднощів	Досвід подолання труднощів

### 10.3. Наукові основи впливу природи та подорожей на психіку

- Контакт з природою знижує рівень кортизолу (гормону стресу) на 12–15% після 30 хвилин перебування в лісі (дослідження Університету Чіба, Японія)
- Нова обстановка стимулює нейропластичність та утворення нових нейронних зв'язків

- Фізична активність під час туризму підвищує рівень ендорфінів та серотоніну
- Соціальні контакти під час подорожей зміцнюють відчуття приналежності та підтримки
- Усвідомлені (mindful) подорожі знижують румінацію (нав'язливі негативні думки)
- Зміна середовища розриває звичні патерни мислення та поведінки

Психологічний туризм, поєднуючи подорожі з елементами психологічної роботи та особистісного розвитку, потребує особливої уваги до етичних норм і професійної відповідальності. Недотримання цих принципів може призвести до психологічної шкоди учасникам і дискредитації самого напрямку.

До ключових етичних аспектів психологічного туризму належить, передусім, добровільність і поінформована згода учасників. Туристи мають чітко розуміти мету програми, її формат, можливі емоційні наслідки та межі психологічного впливу. Важливим є також дотримання конфіденційності, особливо під час групових занять, тренінгів і обговорення особистого досвіду.

Суттєвим етичним принципом є професійна компетентність організаторів і фахівців. Психологічні практики повинні проводитися лише кваліфікованими спеціалістами з відповідною освітою та досвідом. Неприпустимим є використання маніпулятивних технік, псевдопсихологічних методів або обіцянок швидких «глибинних трансформацій».

Серед обмежень психологічного туризму важливе місце займає чітке розмежування між неклінічною психологічною підтримкою та психотерапією. Психологічний туризм не може замінювати професійне лікування психічних розладів і не призначений для осіб у гострих психологічних кризах без спеціалізованого супроводу. Також існують

обмеження, пов'язані з індивідуальними особливостями учасників, рівнем їх психологічної готовності та станом ментального здоров'я.

Крім того, важливими є культурна чутливість і повага до локальних спільнот, уникнення експлуатації культурних або духовних практик та дотримання принципів сталого туризму.

**Таблиця 35. Етичні аспекти та обмеження психологічного туризму**

Аспект	Зміст
Компетентність фахівців	Організатори мають мати психологічну підготовку або співпрацювати з психологами
Принцип «не нашкодь»	Для вразливих груп (ветерани, люди з втратами) – обов'язковий психологічний супровід
Конфіденційність	Особисті переживання учасників не розголошуються
Не замінює терапію	Психологічний туризм доповнює, але не замінює медичну/психотерапевтичну допомогу
Добровільність	Участь у практиках – виключно добровільна

### **10.5. Перспективи розвитку в Україні**

В умовах повномасштабної війни та масової травматизації населення психологічний туризм набуває особливого значення. Потреба у програмах реабілітаційного туризму для ветеранів і ВПО, розвиток велнес-інфраструктури на незаражених теренах, інтеграція психологічних практик у туристичний продукт – ключові напрями розвитку галузі.

Психологічний туризм у Україні має значний потенціал для розвитку, оскільки все більше людей усвідомлюють важливість психоемоційного благополуччя та прагнуть подорожей, що сприяють не лише відпочинку, а й особистісному зростанню. Становлення цього напрямку в Україні зумовлене кількома ключовими факторами:

Зростання попиту на туризм з глибшим сенсом. Сучасні туристи дедалі частіше прагнуть не лише відвідати нові місця, а й отримати

емоційне розвантаження, посилити самопізнання, набути навичок стрес-менеджменту та зміцнити психологічну стійкість.

Розвиток рекреаційних і природних локацій. Україна має багаті природні ресурси: Карпати, Полісся, Чорне море та багато інших регіонів, що створюють сприятливе середовище для психологічних ретритів, оздоровчих турів, арт- та екотерапій на природі.

Психологічна підтримка на тлі суспільних викликів. В умовах гострих соціальних і психологічних наслідків війни зростає потреба в програмах, що зміцнюють ментальне здоров'я, знімають тривожність та сприяють адаптації. Це відкриває можливості для психологічних тренінг-турів і груп підтримки в контексті туризму.

Освітні й професійні ініціативи. Збільшення кількості фахових психологів, коучів, організаторів турів і тренерів дає змогу створювати якісні програми з елементами психологічної роботи, командної взаємодії та розвитку м'яких навичок.

Цифрові технології та маркетинг. Соціальні мережі, онлайн-спільноти, платформи бронювання турів допомагають популяризувати психологічний туризм, робити його доступнішим для різних вікових груп і регіонів.

Для успішного розвитку цього напрямку важливо підтримувати стандарти якості програм, створювати міжсекторальні партнерства (туризм + психологія + освіта + рекреація) і враховувати безпекові та етичні аспекти психологічної підтримки. У перспективі психологічний туризм може стати значущою складовою українського туристичного продукту, що сприяє не лише економічному розвитку, а й підвищенню якості життя громадян.

**Ключові поняття теми 10:** психологічний туризм, ментальне здоров'я, велнес-туризм, екотерапія, ретрит, шинрін-йоку, резилієнтність, ПТСР, реабілітаційний туризм.

## Підсумок курсу: зведені таблиці

### Зведена таблиця ключових теорій та концепцій курсу

№	Концепція / Теорія	Автор	Застосування в туристичній сфері
1	Лінійна модель комунікації	Шеннон, Вівер	Аналіз каналів зв'язку з туристом
2	Моделі комунікації (кругова)	Осгуд, Шрамм	Зворотний зв'язок від клієнта
3	Стадії розвитку групи	Такмен	Управління командою готелю
4	Емоційний інтелект (EQ)	Гоулмен	Робота з клієнтами та персоналом
5	Стратегії поведінки в конфлікті	Томас	Управління скаргами туристів
6	Виміри культур	Хофстеде	Міжкультурний сервіс
7	Ієрархія потреб	Маслоу	Розробка туристичного продукту
8	Push-Pull модель мотивації	Данн	Маркетинг туристичного продукту
9	Психографіка туристів	Плог	Сегментація ринку
10	Вікно Джохарі	Луфт, Інгам	Розвиток персоналу
11	Цикл рефлексії	Гіббс	Самовдосконалення фахівця

## Рекомендовані методи самостійного опрацювання матеріалу

№	Метод	Рекомендація
1	Складання mind-maps	Для кожної теми – схема ключових понять та їх зв'язків
2	Ведення щоденника	Щоденні записи щодо власних комунікативних ситуацій
3	Перегляд TEDx-виступів	Гоулмен про EQ, медіатори про конфлікти, Браун про вразливість
4	Практика активного слухання	У повсякденних розмовах: не перебивати 5 хвилин поспіль
5	Самодіагностика	Тест Маєра-Селовея-Карузо (MSCEIT), тест Белбіна, EQ-тест
6	Аналіз кейсів	Реальні ситуації з готельно-ресторанної практики
7	Рефлексивне есе	Після кожного практичного заняття – 1 сторінка рефлексії за Гіббсом

## Глосарій основних понять курсу

Термін	Визначення
Активне слухання	Техніка повного зосередження на співрозмовнику з перефразуванням і уточненням
Бар'єр комунікації	Перешкода ефективному обміну інформацією
Вікно Джохарі	Модель самоусвідомлення (4 зони: відкрита, сліпа, прихована, невідома)
Групова динаміка	Процеси розвитку, зміни та взаємодії всередині малої групи
Емоційний інтелект (EQ)	Здатність розуміти та управляти власними та чужими емоціями
Емпатія	Здатність розуміти і поділяти почуття іншої людини
Конфлікт	Зіткнення протилежних інтересів, потреб або цінностей
Культурний шок	Дезорієнтація при зустрічі з новою культурою
Медіація	Добровільне врегулювання конфлікту за участю нейтрального посередника
Ментальне здоров'я	Стан психологічного благополуччя (ВООЗ)
Ментальний розвиток	Процес якісних змін психічних функцій та особистості
Міжкультурна комунікація	Взаємодія між представниками різних культур
Нейропластичність	Здатність мозку змінювати структуру під впливом досвіду
Резилієнтність	Здатність відновлюватися після труднощів і стресів
Рефлексія	Систематичний аналіз власного досвіду та поведінки
Саморегуляція	Управління власними емоційними реакціями та імпульсами
Стереотип	Спрощене, узагальнене уявлення про групу людей
Я-концепція	Система уявлень людини про саму себе

### *Методичне забезпечення*

1. Комунікації в готельно-ресторанному господарстві: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань J Транспорт та послуги спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг денної та заочної форми навчання /укладач: Зубехіна Т.В. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 50 с.

2. Комунікації в готельно-ресторанному господарстві: Методичні вказівки до виконання практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань J Транспорт та послуги спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг денної та заочної форми навчання /укладач: Зубехіна Т.В. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 17 с.

3. Комунікації в готельно-ресторанному господарстві: Методичні вказівки до самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань J Транспорт та послуги спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг денної та заочної форми навчання / укладач: Зубехіна Т.В. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 21 с.

### *Рекомендована література*

4. Березюк В. О. (2021) Інструментарій маркетингових комунікацій в інтернетсередовищі: класифікація та специфіка використання. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка. № 4. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=882>.,

5. Березюк С., Березюк, Ю., Годя О. (2024) Маніпулятивні технології та особливості їх прояву в суспільно-політичних процесах. Цифрова економіка та економічна безпека. № 4 (13). С. 26–32.

6. Буднікевич І.М., Крупенна, І.А., Костинян А.А. (2022) Особливості комунікацій в маркетингу малих підприємств ресторанного бізнесу. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія «Економічні науки». Вип. 58. С. 68–

75.

7. Германюк Н. В. (2021) Роль комунікацій в управлінні організаційним процесом [Електрон. ресурс]. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». № 10. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9408>

8. Зубехіна, Т., Дащук Ю. (2025). Комунікаційні навички менеджера як детермінанта підвищення якості сервісу у готельно-ресторанній сфері. *Scientific Journal of Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University Economics*, (2), 43–49. <https://doi.org/10.32782/ecovis/2025-2-6>

9. Зубехіна Т.В., Літовка-Деменіна С.Г., Земліна Ю.В., Поліщук В.Л. Дуб І.М. TOURIST, HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS: INNOVATIONS AND TRENDS. «Наукові інновації та передові технології» (Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»): журнал. № 8(36) 2024. С. 1711. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8\(36\)-821-834](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8(36)-821-834)

10. Зубехіна Т.В., Матвійчук Л.Ю. (2024). Організаційно-економічні інструменти стратегічного розвитку підприємств індустрії гостинності в умовах цифровізації. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 6(15). URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/529> DOI: 10.32782/dees.15-43

11. Зубехіна Т.В., Ольхова-Марчук Н.В., Кушнір В.В. Сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у туристичній сфері / *Вісник київського національного університету культури і мистецтв. Серія Туризм*. Том 5, 2021, С.181-188 <http://tourism.knukim.edu.ua/>. Іванунік В.О., Явкін В.Г. Атрактивність рекреаційно-туристичних територій. 2-ге вид., Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2021. 248 с.

12. Зубехіна, Т., Шейко Ю., Панова А. (2025). Комунікації в діяльності суб'єктів індустрії гостинності: сучасні підходи. *Управління змінами та інновацій*. № 14. С.19-25.

13. Зубехіна, Т., Шейко, Ю., & Слущкий, А. (2025). Комунікації як

маркетинговий інструмент підприємств індустрії гостинності: екологічний вимір. Сталий розвиток економіки, (3 (54), 12-18. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-2>.

14. Іванов О. К., Іванова В. Л. (2020) Крос-культурна комунікація в контексті мистецької діяльності. Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки. № 1(68). С. 90-95.

15. Іванунік В.О. Туристичний менеджмент : навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 240 с.

16. Коломицева О. В., Васильченко Л. С. (2020) Сучасні підходи до розробки маркетингової комунікаційної стратегії для забезпечення сталого розвитку підприємства. Актуальні проблеми економіки. № 2 (224). С. 35–44.

17. Комарніцький І. О. (2016) Застосування засобів нейромаркетингу в діяльності готельних підприємств. Наукові праці МАУП. Вип. 51 (4). С. 122–126.

18. Комунікативний менеджмент : навч. посіб. / [С. В. Панченко, О. В. Дикань, О. В. Громова та ін.]. Харків : УкрДУЗТ, 2024. 320 с.

19. Корнілова В. В. (2018) Практичний аспект застосування інновацій у туристичному бізнесі. Інвестиції: практика та досвід. № 7. С. 25-30.

20. Круль Г., Заячук О. (2022) Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 488 с.

21. Люта Д., Сидорук А., & Маковецька, Н. (2021). Паблік рилейшнз в системі піар-менеджменту як частина інформативної реклами галузі туризму та гостинності. Економіка та суспільство, (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-2>

22. Маковецька, Н., & Сидорук, А. (2021). Сутність комунікативної складової туристичного менеджменту. Економіка та суспільство, (29). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-15>.

23. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. World

Travel and Tourism Council WTTC. URL : <http://www.wttc.org>.

24. Педроса Л. (2021) Гнучкі бренди. Ловіть клієнтів, стимулюйте зростання та вирізняйтеся на ринку: пер. з англ. Київ: Видавництво «Yakaboo Publishing». 272 с.

25. Сучасні PR-технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.





*Комунікація, медіація та ментальний розвиток в туристично-рекреаційній сфері:* конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань J Транспорт та послуги спеціальностей J3 Туризм та рекреація, J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг денної та заочної форми навчання /укладач: Зубехіна Т.В. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 52 с.

Видання містить теоретичний матеріал до вивчення окремих тем програми курсу для студентів спеціальностей J3 Туризм та рекреація, J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, денної та заочної форми навчання.

Комп'ютерний набір: Т.В. Зубехіна  
Редактор: Т.В. Зубехіна

Підп. до друку \_\_\_\_\_ 2025 р. Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс. Ум. друк.  
арк. \_\_\_\_\_ Тираж \_\_\_\_ прим. Зам. \_\_\_\_\_

Відділ іміджу та промоції Луцького національного технічного університету 43018 м.  
Луцьк, вул. Львівська, 75