



Приватний вищий навчальний заклад
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука» (Україна)
Університет Бат Спа (Велика Британія)
Великопольська Академія Соціально-Економічних Наук в
Сьроді Великопольській – Академії Прикладних Наук
(Польща)
Університет Економіки в Бидгощі (Польща)
Волинський національний університет
імені Лесі Українки
Луцький національний технічний університет
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Полтавський державний аграрний університет
Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ»

*Матеріали
III Міжнародної науково-практичної конференції
(Рівне, 17 березня 2026 року)*



Рівне – 2026

УДК 332.1:336.6:911:913
DOI: 10.5281/zenodo.19852017

Організаційний комітет конференції

Голова організаційного комітету:

Віталій Дем'янчук – ректор Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»; доктор юридичних наук, професор.

Заступники голови організаційного комітету:

Анатолій Дем'янчук – президент Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», доктор педагогічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України;

Наталія Мединська – проректор з наукової роботи Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», доктор філологічних наук, професор.

Члени організаційного комітету:

Ян Гадд – професор, керівник відділу розвитку європейських проєктів Університету Бат Спа;

Насір Саларі – старший викладач школи бізнесу Університету Бат Спа;

Єжи Бабіак – доктор наук, професор, проректор з питань міжнародного співробітництва, Великопольська академія соціально-економічних наук у Сьроді-Велькопольській – Академії прикладних наук;

Артур Кісілек – PhD, професор, декан факультету економіки Великопольської академії соціально-економічних наук у Сьроді-Велькопольській – Академії прикладних наук;

Олександр Скалій – доктор наук, професор, директор Інституту спорту та фізичної культури Економічного університету у Бидгощі;

Людмила Матвійчук – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Луцького національного технічного університету;

Сергій Пугач – доктор географічних наук, професор, професор кафедри економічної та соціальної географії Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Сергій Радинський – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя;

Олексій Томілін – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету;

Михайло Сагайдак – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана;

Олексій Гуцалюк – доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної діяльності Приватного закладу вищої освіти «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»;

Леонід Ільїн – доктор географічних наук, професор, професор кафедри туризму та готельного господарства Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Юрій Гончаров – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»;

Костянтин Артюшок – доктор економічних наук, професор кафедри, завідувач кафедри економіки та фінансів Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»;

Андрій Левдер – кандидат педагогічних наук, доцент, т.в.о. декана факультету географії, історії та туризму Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»;

Олег Онофрійчук – кандидат економічних наук, доцент, декан економічного факультету Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»;

Оксана Яроменко – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри географії і туризму, начальник відділу з наукової діяльності та аспірантури Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука».

Актуальні проблеми та перспективи розвитку регіонів: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Рівне, 17 березня 2026 року) / «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука». Рівне: РВЦ МEGУ ім. акад. С. Дем'янчука, 2026. 302 с.

© Приватний вищий навчальний заклад
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука», 2026

**СЕКЦІЯ 7. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ ТА
ГЕОГРАФІЧНОЇ ОСВІТИ**

<i>Альтгайм Л. Значення використання цифрових технологій та соціальних мереж у популяризації географічної освіти</i>	281
<i>Гасва О., Кочубей Л., Яроменко О. Інноваційні аспекти розвитку географічної освіти</i>	284
<i>Клименко С. Василь Стус у дисидентському русі: поезія як інструмент руйнування радянського ідеологічного наративу</i>	287
<i>Маковецька Л. Інтерактивні комп'ютерні симуляції у шкільній географічній освіті</i>	290
<i>Шепетюк П., Романюк Р. Використання рекреаційних територій Житомира у навчанні географії</i>	293

інфраструктури та зростанню туристичних потоків. Подальші дослідження у цьому напрямі можуть бути спрямовані на вивчення впливу сучасних цифрових технологій та соціальних мереж на формування туристичного іміджу територій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Любіцева О. О. Географія туризму. Київ : Альтерпрес, 2003. 436 с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2011. 344 с.
3. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
4. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України. Київ : Альтерпрес, 2010. 404 с.
5. Смирнов І. Г. Маркетинг у туризмі. Київ : Знання, 2019. 344 с.
6. Crompton J. L. An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination. *Journal of Travel Research*. 1979. Vol. 17(4). P. 18–23.
7. Echtner C. M., Ritchie J. R. B. The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment. *Journal of Travel Research*. 1993. Vol. 31(4). P. 3–13.
8. UNWTO. Tourism and Destination Branding. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 10.03.2026).

СЕКЦІЯ 7. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ ТА ГЕОГРАФІЧНОЇ ОСВІТИ

Альтгайм Л.

к.геогр.н., доцент,
доцент кафедри географії та методики її навчання
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка
м. Тернопіль, Україна

ЗНАЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ГЕОГРАФІЧНОЇ ОСВІТИ

У сучасному освітньому середовищі цифрові технології та соціальні мережі стали незамінними інструментами для залучення учнів до вивчення географії. Їхня здатність створювати візуально привабливий, інтерактивний і доступний контент все активніше використовується на уроках географії не тільки під час засвоєння теоретичного матеріалу, але і виконання практичних робіт, проектів краєзнавця, досліджень та міні-проектів, роблячи географічну освіту актуальною та близькою до реального життя. Ці інструменти не лише підвищують мотивацію учнів,

але й сприяють формуванню навичок, необхідних у цифрову епоху, таких як аналіз даних і критичне мислення.

Цифрові технології трансформують підходи до викладання, надаючи можливості для створення іммерсивних і персоналізованих навчальних досвідів. Вони дозволяють учням досліджувати географічні явища через інтерактивні карти, віртуальні подорожі чи симуляції природних процесів. Соціальні мережі, зі свого боку, забезпечують швидке поширення контенту, залучаючи учнів через формати, які відповідають їхнім інформаційним звичкам, такі як короткі відео чи вірусні челенджі. Разом ці інструменти створюють синергію, поєднуючи розважальний і академічний потенціал, що робить географічну освіту більш видимою та значущою в очах учнів (таблиця 1). Однак їхнє ефективне використання вимагає врахування технічних, педагогічних і творчих аспектів, щоб уникнути спрощення матеріалу чи дезінформації.

Таблиця 1

Оцінка цифрових інструментів для популяризації географічної освіти

Цифрові інструменти	Ступінь залучення учнів	Доступність для шкіл	Рівень розвитку навичок
Геоінформаційні системи (ГІС)	Середній (аналітичний інтерес)	Середня (потрібне обладнання, навчання)	Високий (аналітичні навички, робота з даними)
Інтерактивні платформи	Середній (інтерактивність)	Середня (інтернет-з'єднання)	Середній (критичне мислення, базові знання)
Мультимедійний контент	Середній (залежить від якості)	Середня (навички дизайну)	Середній (комунікація, сприйняття інформації)
Мобільні додатки	Високий (гейміфікація)	Висока (смартфони)	Високий (запам'ятовування, цифрова грамотність)
TikTok	Високий (вірусний потенціал)	Висока (простота створення)	Середній (креативність, базові знання)
Instagram	Високий (візуальний контент)	Висока (графічні редактори)	Середній (естетичне сприйняття)
YouTube	Середній (залежить від формату)	Середня (підготовка контенту)	Середній (презентаційні навички)

TikTok, Instagram і мобільні додатки є лідерами за залученням учнів і доступністю завдяки простоті використання та популярності серед молоді.

Однак їхній вплив на розвиток навичок обмежений, оскільки вони більше фокусуються на мотивації, ніж на глибокому навчанні. ГІС мають високий потенціал для розвитку аналітичних і просторових навичок, але їхня середня доступність через технічні та фінансові бар'єри обмежує масове використання. Інтерактивні платформи та мультимедійний контент забезпечують баланс між залученням і розвитком навичок, але потребують стабільного інтернету та творчих умінь. Для ефективної популяризації географії необхідно комбінувати інструменти: наприклад, використовувати TikTok для залучення аудиторії, а ГІС – для проєктів старшокласників.

Дослідження показують, що TikTok (23%), Instagram (21%) і мобільні додатки (18%) разом складають 62% потенціалу залучення завдяки їхній доступності та відповідності інтересам молоді. Інтерактивні платформи (15%) і також мають значний вплив ГІС (12%), а мультимедійний контент (5%) є менш масовими через специфічність або ресурсомісткість. Це підкреслює необхідність пріоритетного використання соціальних мереж для швидкого залучення аудиторії серед шкільної молоді

Цифрові технології (ГІС, інтерактивні платформи, мультимедійний контент, мобільні додатки) і соціальні мережі (TikTok, Instagram, YouTube) створюють потужну основу для популяризації географії, підвищуючи її привабливість і актуальність. Таблиця ілюструє, що TikTok, Instagram і мобільні додатки є найбільш доступними широкому загалу, але потребують доповнення інструментами, такими як ГІС, для поглибленого навчання. Дослідження підтверджують про домінування соціальних мереж у залученні учнів, що робить їх пріоритетними для маркетингових стратегій у популяризації географічної освіти. Для географії ключовим є поєднання візуальної привабливості, інтерактивності та наукової точності, що забезпечує мотивацію учнів і розвиток їхніх навичок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Альтгайм Л.Б. Методика навчання географії. Методичні рекомендації для проведення лабораторних занять для студентів першого освітньо-наукового ступеня (бакалавра) «Середня освіта (Географія)». Тернопіль 2025, 128 с.
2. Впровадження сучасних технологій навчання географії у шкільній, вищій, післядипломній освіті: Матеріали Всеукраїнського науково-практичного семінару. Полтава: ПОІППО, 2006, 130 с.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ»**

*Матеріали
Міжнародної науково-практичної конференції
(Рівне, 17 березня 2026 року)*

*Відповідальні за випуск:
Ліщук Н.В., Яроменко О.В.*

Матеріали подано в авторській редакції

Редакційно-видавничий центр
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»
33027, м. Рівне, вул. ім. академіка Степана Дем'янчука, 4