погодження режимів роботи Дністровського гідровузла в межах Дністровської комісії.

Отже, обміління Дністра є не лише гідрологічною та соціальною проблемою, а й довготривалим чинником ризику для туризму й рекреації Придністер'я Чернівецької області. Збереження рекреаційного потенціалу регіону потребує поєднання раціонального транскордонного управління водними ресурсами, природоохоронних заходів та адаптації туристичної пропозиції до нових гідрокліматичних умов.

Список використаних джерел:

1. Гергінова Д. Ріка, від якої залежить водопостачання частини Одещини та кількох регіонів Молдови, щоденно катастрофічно міліє. Південь сьогодні. 29.09.2026. URL: https://yug.today/rika-vid-iakoi-zalezhyt-vodopostachannia-chastyny-odeshchyny-ta-kilkokh-rehioniv-moldovy-shchodenno-katastrofichno-miliie/ (дата звернення: 30.09.2026).

2. Дністер критично втрачає воду через глобальне потепління. Букви. 15.10.2025. URL: https://bukvy.org/klimatychni-zminy-pryzvodyat-do-znyzhennya-vodnosti-dnistra-doslidzhennya/ (дата звернення: 30.09.2026).

3. Дністровське водосховище критично міліє: ситуація може погіршитися. Тексти.org.ua. 06.08.2026. URL: https://texty.org.ua/fragments/118029/dnistrovske-vodosxovyshche-krytychno-miliye-sytuaciya-mozhe-pohirshytysya/ (дата звернення: 30.09.2026).

4. Знайомство з басейном Дністра: Національний природний парк «Хотинський» / Дністровське басейнове управління водних ресурсів. 27.08.2024. URL: https://vodaif.gov.ua/znajomstvo-z-basejnom-dnistra-natsionalnyj-pryrodnyj-park-hotynskyj/ (дата звернення: 30.09.2026).

5. Хотинський НПП / Природно-заповідний фонд України. URL: http://pzf.menr.gov.ua/хотинський-нпп.html (дата звернення: 30.09.2026).

Сергій ЗАДВОРНИЙ
кандидат географічних наук,
доцент кафедри географії України і туризму
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

ТУРИСТИЧНА СКЛАДОВА ПРОГРОМАДСЬКОСТІ УНІВЕРСИТЕТУ: КЕЙС ТЕРНОПІЛЬСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ГНАТЮКА

Сьогодні заклади вищої освіти України та світу переживають складні трансформаційні процеси відповідно до глобальних суспільних трендів, пов'язаних із пошуком їх ключової місії, забезпеченням стійкості та конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. Успішний розвиток університету неможливий без тісного взаємовигідного зв'язку й співпраці з усіма зацікавленими сторонами –

бізнесом, владою, громадськістю. У цьому контексті, заклади вищої освіти (ЗВО) розглядають як невід'ємну складову територіальної спільноти людей. Світовий досвід такої колаборації підтверджує її синергетичну успішність для всіх учасників. У багатьох територіальних громадах університети стали запорукою їх прогресивного поступу, а в окремих випадках були і є містоутворювальними інституціями. Такий формат взаємодії реалізується через «третю місію університету» – його прогромадськість.

Прогромадськість – це активна позиція університету в суспільному житті громади, його «громадське служіння» та безпосередня співучасть у місцевому та регіональному розвитку. Сучасний прогромадський університет має забезпечувати формування нових компетентностей в учасників освітнього процесу, зокрема з залученням громади [1]. Водночас «третя місія» не є окремою від основних – освітньої й наукової; вона органічно зростає з них і є одночасно їхнім виміром, результатом та продовженням [3, с. 54]. Таким чином, прогромадськість виступає містком між академічним середовищем та локальною спільнотою, перетворюючи освітній та науковий потенціал університету на дієвий інструмент розвитку територіальної громади.

У період складних викликів для нашої держави та нації університети стали центрами стійкості та незламності, що підвищує їх консолідувальну роль на всіх просторових рівнях. Стійкість українських університетів у надзвичайних умовах – це приклад нової якості освіти, здатної співпрацювати з громадою, формувати довіру та зміцнювати соціальний капітал [6]. В умовах війни українські університети забезпечують безперервність освіти, підтримку молоді й розробку практичних рішень для відновлення країни [7, с. 42]. Саме здатність реагувати на кризові виклики окреслено як новий напрям трансформаційної діяльності університетів у системі забезпечення соціальної підтримки та сприяння стабільності в громаді.

Реалізація «третьої місії» є інвестицією закладу в його довгострокову перспективу. Співпраця з громадами надає і значні вигоди для закладів вищої освіти. Зокрема, покращується імідж університету, відбувається розбудова партнерських відносин з громадами, університети і громади отримують інноваційні рішення складних кейсів, сприяння працевлаштуванню та кар'єрному розвитку випускників [4, с. 36]. З огляду на це університети повинні взаємодіяти з громадами в контексті всіх напрямів освітньої і наукової діяльності, за якими вони здійснюють підготовку кадрів та реалізують теоретичні й прикладні дослідження.

У сучасних реаліях функціонування вищої освіти в Україні освітня діяльність закладів визначає їх наукову, а далі й прогромадську спрямованість. На нашу думку, «третя місія» має бути апробована на всіх спеціальностях, за якими здійснюється провадження освітньої діяльності в університеті, адже це випливає з дотримання регіонального принципу підготовки кадрів, аксіоматичної та безпосередньої взаємодії, насамперед з місцевими стейкхолдерами та роботодавцями.

Сьогодні прогромадськість є багатокомпонентною, де останнім часом доволі актуальною та затребуваною є туристична складова. Це зумовлено тим, що значної популярності набув внутрішній туризм, а також посилилися глокалізаційні тренди. Тому проблематика туристичної складової прогромадськості університету є вельми актуальною та своєчасною. Її варто розглядати в рамках окремих університетських кейсів.

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка (ТНПУ) має давні традиції університетської туристичної освіти, де майбутніх туризмознавців готують ще з початку 2000-х років. Значна прогромадська орієнтація закладу, а також напрацьований досвід освітньо-наукової діяльності та співпраці з громадами в туристично-рекреаційному напрямі підкреслюють практичність кейсу.

Щоб стати справжніми агентами змін і відбудови, заклади вищої освіти мають здійснити внутрішню трансформацію та переосмислити власну місію й стратегічні цілі, орієнтуючись на посилення соціальної відповідальності та рівня суспільної залученості [2, с. 96]. Це вимагає розробки нових стратегій. Так, відповідно до Стратегії розвитку ТНПУ на 2026-2030 рр. університет позиціонує себе не лише як освітню інституцію, а як екосистему знань, розвитку людського потенціалу та суспільної стійкості, що інтегрує освіту, науку, інновації, культуру та служіння громаді. Вона, серед іншого, також базується на концепції «третьої місії» університету. Поміж ключових цілей, які представлені у «НАПРЯМІ 6. Соціальна відповідальність і третя місія» в межах стратегічної моделі розвитку «4Т», яка реалізується через її складову – «Тактику» (гнучке управління змінами), виокремлено цілі, які стосуються туристичної складової прогромадськості ТНПУ. Серед них варто відзначити такі: партнерство з громадами та регіональний розвиток; соціальні, волонтерські та ветеранські програми; культурно-освітня та просвітницька діяльність; громадянські й демократичні цінності [4]. Зафіксовані у стратегії орієнтири закріплюють туристичну складову як практичний інструмент реалізації соціально відповідальної

місії університету та суспільноорієнтованого навчання.

Сьогодні туристична складова прогромадськості ТНПУ містить такі елементи: *освітній* (підготовка майбутніх фахівців за бакалаврськими та магістерськими освітніми програмами, а також післядипломна освіта за спеціальністю «Туризм та рекреація»); *науковий* (надання консультацій, розробка наукових проєктів та пропозицій, туризмологічні дослідження тощо); *музейно-екскурсійний* (використання інфраструктури ТНПУ з туристично-екскурсійною метою, зокрема Музейного комплексу університету (геологічного музею та ін.), Біблійного саду, Дзвенигородського геостаціонару, Голицького біостаціонару); *академічно-мобільний* (організація академічної мобільності, освітнього й наукового туризму); *організаційний* (ТНПУ – майданчик різноманітних заходів міжнародного, національного, регіонального та місцевого рівнів).

Потенціал ЗВО для планування, організації, проведення просвітницьких, культурних, соціокультурних, екологічних заходів, започаткування інших ініціатив для громади може успішно використовуватися для розвитку місцевого туризму [6, с. 118]. У нашому кейсі найперспективнішими є такі види туризму: освітній, MICE-туризм, науковий, екологічний, культурно-пізнавальний, спортивний, молодіжний тощо.

Отже, ТНПУ на основі наявного досвіду прогромадської діяльності та нових векторів стратегічного розвитку може пропонувати туристичні напрями взаємодії багатьом громадам. Водночас сам університет виступає як комплексний туристичний об’єкт, що підкреслює його унікальність. Наявний потенціал ЗВО дає змогу ефективно реалізовувати «третю місію» задля розвитку туризму та соціально-економічного зростання громад.

Список використаних джерел:

1. Бесарабчук Г. Концептуальне моделювання формування прогромадського університету в умовах суспільних трансформацій. Електронне наукове фахове видання «Адаптивне управління: теорія і практика» Серія «Педагогіка». 2026. Випуск 22 (43). URL: https://amtp.org.ua/index.php/journal/article/view/875/728.

2. Васиньова Н. С. «Третя місія» українських університетів: виклики та перспективи в умовах воєнного стану і післявоєнного відновлення. Соціальна педагогіка: теорія та практика. 2026. №1. С. 94-100.

3. Нехаєнко О. Литовченко А. (Ре)концептуалізація третьої місії українських університетів в умовах війни через соціальну відповідальність та інституційну стійкість. Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. 2026. Випуск 2(70). С. 41-58.

4. Офіційний сайт Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. URL: https://tnpu.edu.ua/.

5. Порадник: Як співпрацювати університетам і громадам. Університетам і громадам / за ред. Д. Шеренговського, К. Мезенцева, К. Шуварської. Львів, 2024. URL: https://auu.com.ua/wp-content/uploads/2024/03/poradnyk_web.pdf.

6. Третя місія університетів. Керівництво з впровадження: методичний посібник / ред. д. філос. н., проф. М. О. Нестерова: Суми: Університетська книга, 2025. 126 с.
7. Усик В. Третя місія університетів України в контексті війни та відновлення. Вчені записки Університету «КРОК». 2025. № 2(78). С. 35–43.

Тарас ЗАСТАВЕЦЬКИЙ
кандидат географічних наук,
доцент кафедри географії України і туризму
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ: ЦИФРОВІ ТРЕНДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ

Сучасний туристичний сектор перебуває під впливом масштабної цифрової трансформації, яка змінює не лише способи просування та продажу туристичних послуг, а й принципи формування туристичного продукту, управління дестинаціями та взаємодії між туристами, бізнесом і органами влади. Цифрові технології поступово перетворюються з допоміжного інструменту на стратегічний фактор розвитку туристичної індустрії.

Одним із найбільш вагомих трендів сучасного туризму є використання *штучного інтелекту (Artificial Intelligence, AI)*. AI-технології можуть застосовуватися для аналізу поведінки туристів, прогнозування попиту, персоналізації пропозицій, автоматизації комунікації з клієнтами та оптимізації операційних процесів.

Особливого поширення набувають генеративні системи штучного інтелекту, які дають змогу створювати персоналізовані туристичні маршрути (інструменти на базі мовних моделей здатні за лічені секунди скласти детальний маршрут містом з урахуванням часу доби, погоди, ваших інтересів (наприклад, "тільки арт-галереї та веганські кафе") та транспортного сполучення), формувати рекомендації щодо місць розміщення, харчування та дозвілля, автоматично генерувати інформаційний і рекламний контент, здійснювати багатомовну комунікацію з туристами. Відповідно, роль туристичного підприємства поступово зміщується від простого надання стандартизованої послуги до конструювання індивідуалізованого туристичного досвіду.

Другим важливим трендом є *Big Data* та *аналітика даних***.** Туристичний бізнес генерує та використовує значні масиви інформації: дані бронювання, пошукові запити, відгуки, геолокаційні дані, інформацію із соціальних мереж, відомості про переміщення туристів і транзакції. Їх комплексний аналіз дозволяє прогнозувати туристичний