КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Інститут здоров'я, спорту і туризму імені Т. Самоленко
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ ТА РЕКРЕАЦІЇ

для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності J3 Туризм та рекреація
освітньо-професійної програми «Туризм і рекреація»
денної та заочної форм навчання

Запоріжжя – 2026

Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Інноваційні технології в туризмі та рекреації» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності J3 Туризм та рекреація, освітньо-професійної програми «Туризм і рекреація». Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2026.

Укладачі:
Зубов Вадим Олексійович, доктор філософських наук, професор;
Трофімук Катерина Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент.

Рекомендовано кафедрою туризму та готельно-ресторанної справи, протокол № 1 від 26 серпня 2026 р

ЗМІСТ

ВСТУП 4
1. ВИБІР ТЕМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ 5
2. СТРУКТУРА І ЗМІСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ 6
3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ ТА РЕКРЕАЦІЇ 9
3.1. Вибір методів дослідження та формування інформаційної бази 9
3.2. Аналіз цифрових технологій у діяльності туристичних підприємств 9
3.3. Застосування штучного інтелекту та аналітики туристичних даних 10
3.4. Геоінформаційні та інноваційні технології розвитку туристичних дестинацій 11
3.5. Обґрунтування вибору інноваційного рішення 11
4. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ СТАРТАПІВ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ 12
4.1. Економічне обґрунтування впровадження інноваційної технології 12
4.2. Розроблення бізнес-плану туристичного стартапу 13
4.3. Методика розрахунку економічних показників 14
4.4. Оцінювання ризиків та обґрунтування доцільності реалізації проєкту 15
5. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ 15
5.1. Загальні вимоги до оформлення 15
5.2. Оформлення структурних частин курсової роботи 16
5.3. Оформлення таблиць, рисунків і формул 16
5.4. Використання наукових джерел і оформлення бібліографічних посилань 17
5.5. Оформлення додатків 18
5.6. Дотримання академічної доброчесності та використання цифрових інструментів 18
6. ПОДАННЯ, ЗАХИСТ І КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ 19
6.1. Порядок подання курсової роботи 19
6.2. Порядок захисту курсової роботи 19
6.3. Шкала оцінювання курсової роботи 20
7. ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ 20
7.1. Цифрові технології в управлінні туристичними підприємствами 21
7.2. Штучний інтелект та інноваційні технології туристичного маркетингу 21
7.3. Туристична аналітика, прогнозування та геоінформаційні технології 21
7.4. Smart Tourism, імерсивні технології та сталий розвиток туризму 21
7.5. Інноваційне підприємництво та туристичні стартапи 22
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ 23
Додаток А 25
Додаток Б 26
Додаток В 27
Додаток Г 30
Додаток Д 32

ВСТУП

Туристичні підприємства використовують системи бронювання, засоби аналізу попиту, геоінформаційні технології та цифрові канали обслуговування. Вибір таких інструментів потребує оцінки їхніх можливостей, витрат і відповідності умовам роботи підприємства або розвитку дестинації.

Курсова робота з дисципліни «Інноваційні технології в туризмі та рекреації» є самостійним навчально-дослідницьким завданням здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти. Її виконання передбачає опрацювання наукової літератури, вивчення досвіду застосування інновацій та розроблення власних пропозицій щодо вдосконалення діяльності туристичних підприємств або розвитку рекреаційних територій.

Курсова робота має містити обґрунтовану практичну пропозицію. Залежно від теми це може бути впровадження програмного продукту, аналіз туристичних даних, удосконалення послуги або розроблення цифрового сервісу. Для підприємницького проєкту необхідні бізнес-модель, джерела доходу та економічні розрахунки.

У методичних вказівках наведено порядок вибору теми, вимоги до змісту й оформлення роботи, підходи до проведення дослідження, виконання розрахунків і захисту результатів.

Мета курсової роботи – формування у здобувачів вищої освіти здатності самостійно досліджувати проблеми впровадження інноваційних технологій у туризмі та рекреації, розробляти пропозиції щодо їх практичного застосування та обґрунтовувати ефективність запропонованих рішень.

Основні завдання курсової роботи:

1. Опрацювати наукові підходи до використання інноваційних технологій у туризмі та рекреації за обраною темою дослідження.
2. Проаналізувати діяльність туристичного підприємства, особливості розвитку дестинації або потреби визначеної групи споживачів.
3. Дослідити можливості застосування сучасних технологій, порівняти альтернативні рішення та обґрунтувати вибір найбільш доцільного.
4. Розробити пропозиції щодо впровадження інноваційної технології, удосконалення туристичних послуг або створення нового туристично-рекреаційного продукту.
5. Оцінити витрати, очікувані результати та ризики реалізації запропонованого рішення. Для підприємницьких проєктів підготувати бізнес-план і визначити способи отримання доходу.
6. Узагальнити результати дослідження, сформулювати висновки та представити їх під час захисту курсової роботи.

Компетентності, що забезпечуються курсовою роботою (ПП 5) відповідно до ОПП «Туризм і рекреація»:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК 4. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК 1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.

СК 2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

СК 5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК 6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

СК 7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

Програмні результати навчання, які забезпечує курсова робота:

РН 2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.

РН 3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.

РН 9. Розробляти та реалізовувати проєкти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.

РН 11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.

РН 15. Розробляти й обґрунтовувати туристичні продукти з урахуванням ресурсного потенціалу території та ринкового попиту й оцінювати їх відповідність принципам сталого розвитку.

1. ВИБІР ТЕМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ

Обрати тему з рекомендованого переліку або запропонувати власну відповідно до змісту дисципліни та доступних джерел інформації. У темі мають бути зрозумілими об'єкт дослідження, технологічна або управлінська проблема й очікуваний практичний результат. Тему та план погодити з керівником курсової роботи за порядком, установленим кафедрою.

1. На початку роботи уточнюється проблема: потреби майбутніх користувачів, недоліки наявного процесу або стану території та зміни, яких очікують від запропонованого рішення.
2. Визначити мету, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження. Кожне завдання має завершуватися результатом, відображеним у тексті.
3. Інформаційну основу дослідження становлять наукові праці, відкриті статистичні матеріали, документація цифрових інструментів і доступні дані підприємства. Для кожного джерела перевіряють дату публікації, повноту відомостей та правомірність їх використання.
4. Погодити план із керівником. Запланувати мінімум один порівняльний аналіз або розрахунок і власну проєктну пропозицію.
5. Виконати аналіз, розробити рішення, оцінити економічні, соціальні й екологічні наслідки, перевірити чутливість результату до ключових припущень.
6. Оформити текст, джерела й додатки, перевірити розрахунки. Після зауважень керівника підготувати стислий захист.

Для реальних CRM, систем бронювання та інформації клієнтів використовують лише дані, одержані на законній підставі. Персональні дані у роботі знеособлюють; логіни, паролі, документи клієнтів та закриті комерційні відомості не додають. Публікації про об'єкти в районах підвищеної небезпеки не повинні містити чутливих оперативних даних, маршрутів чи інших відомостей, що можуть створювати загрозу людям.

Етапи роботи

Виконання курсової роботи передбачає такі етапи:

1. Вибір і погодження теми	Ознайомитися з рекомендованою тематикою курсових робіт, обрати тему відповідно до власних наукових інтересів та погодити її з керівником.
2. Складання плану дослідження	Визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, обрати методи його проведення. Розробити попередній план курсової роботи та погодити його з керівником.
3. Опрацювання наукових та інформаційних джерел	Підібрати й опрацювати наукові публікації, фахову літературу, статистичні матеріали та інші джерела за обраною темою. Систематизувати отриману інформацію, перевірити її актуальність і достовірність.
4. Проведення аналітичного дослідження	Проаналізувати діяльність туристичного підприємства, особливості розвитку туристичної дестинації або стан обраного сегмента туристичного ринку. Визначити наявні проблеми та можливості застосування інноваційних технологій.
5. Розроблення практичних пропозицій	Запропонувати заходи щодо впровадження інноваційних технологій, удосконалення туристичних послуг або створення нового туристично-рекреаційного продукту. Для підприємницьких проєктів розробити бізнес-план із визначенням цільової аудиторії, бізнес-моделі та способів отримання доходу.
6. Обґрунтування ефективності запропонованих рішень	Розрахувати необхідні витрати й очікувані економічні результати. Оцінити можливі ризики, а також соціальні та екологічні наслідки реалізації запропонованого проєкту.
7. Оформлення та захист курсової роботи	Узагальнити результати дослідження, сформулювати висновки, оформити текст, список використаних джерел і додатки відповідно до встановлених вимог. Подати роботу на перевірку керівникові, усунути зауваження та підготуватися до захисту.

2. СТРУКТУРА І ЗМІСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота повинна містити титульний аркуш, зміст, вступ, три розділи основної частини, висновки, список використаних джерел і, за потреби, додатки.

Зміст основної частини визначити відповідно до обраної теми. У першому розділі розглянути теоретичні та методичні основи дослідження, у другому – проаналізувати стан досліджуваного об'єкта, у третьому – розробити й обґрунтувати власні пропозиції.

Кожен розділ доцільно поділити на два-три підрозділи. Їхні назви мають відповідати змісту дослідження та відображати послідовність виконання поставлених завдань.

Титульний аркуш

Оформити відповідно до встановленого зразка із зазначенням назви університету, кафедри, теми курсової роботи, відомостей про здобувача вищої освіти та керівника. Зразок титульного аркуша наведено в додатку А.

Зміст

Навести назви всіх розділів і підрозділів курсової роботи, висновків, списку використаних джерел і додатків із зазначенням сторінок, на яких вони починаються. Назви у змісті повинні повністю відповідати заголовкам у тексті.

Вступ

У вступі необхідно:

- обґрунтувати актуальність обраної теми для сучасного розвитку туризму та рекреації;
- сформулювати мету й завдання дослідження;
- визначити об'єкт і предмет дослідження;

- зазначити методи, використані для розв’язання поставлених завдань;
- охарактеризувати інформаційну базу дослідження;
- визначити практичне значення очікуваних результатів.

Під час обґрунтування актуальності зосередити увагу на конкретній проблемі, яку передбачено дослідити. Пояснити її значення для туристичного підприємства, певного сегмента ринку або туристичної дестинації.

Мету сформулювати відповідно до теми курсової роботи. Для її досягнення визначити завдання, які послідовно розкриватимуть зміст кожного розділу.

Рекомендований обсяг вступу – 2–3 сторінки.

Розділ 1. Теоретико-методичні основи дослідження

Перший розділ присвячується теоретичним положенням, на яких ґрунтується дослідження обраної проблеми.

У ньому подають визначення основних понять і розглядають наукові підходи до застосування інноваційних технологій у туризмі та рекреації. Аналіз публікацій українських і зарубіжних авторів має виявити відмінності в підходах і дати підстави для вибору теоретичної основи власного дослідження.

Зміст теоретичного огляду залежить від теми роботи. Він може охоплювати цифрові платформи, системи бронювання, CRM-системи, технології штучного інтелекту, геоінформаційні системи та інші інноваційні рішення у сфері туризму й рекреації.

Окрему увагу приділити визначенню методів і показників, за якими надалі здійснюватиметься аналіз. Для порівняння технологій обрати відповідні критерії, зокрема функціональні можливості, витрати на впровадження, зручність використання, доступність та очікувану ефективність.

Наприкінці першого розділу подають узагальнення опрацьованих положень та пояснюють вибір методів подальшого дослідження.

Розділ 2. Аналіз стану досліджуваного об’єкта та можливостей застосування інноваційних технологій

У другому розділі провести аналіз підприємства, туристичної дестинації, рекреаційної території або сегмента туристичного ринку відповідно до обраної теми.

Насамперед охарактеризувати об’єкт дослідження, його діяльність, наявні ресурси та умови функціонування. Визначити чинники, які впливають на розвиток туристичних послуг і можливості впровадження інновацій.

Для аналізу використати статистичні дані, матеріали туристичних підприємств, результати власних спостережень, відкриті інформаційні ресурси та інші доступні джерела.

Залежно від теми дослідження необхідно:

- проаналізувати чинні технології організації та продажу туристичних послуг;
- дослідити туристичний попит, поведінку споживачів і ринкові тенденції;
- порівняти функціональні можливості цифрових систем та умови їх використання;
- оцінити ресурсний потенціал туристичної дестинації та можливості його використання;
- визначити організаційні, економічні й технологічні обмеження впровадження інновацій.

Для робіт, присвячених туристичним стартапам, провести аналіз ринку, визначити потенційних споживачів, основних конкурентів та наявні пропозиції.

Результати аналізу оформлюють у таблицях, діаграмах, графіках або на картах. Розрахунки й порівняння супроводжуються поясненнями, з яких зрозуміле їх значення для досліджуваної проблеми.

Наприкінці розділу визначити основні проблеми та обґрунтувати напрями їх вирішення за допомогою інноваційних технологій.

Розділ 3. Розроблення та обґрунтування інноваційних рішень у сфері туризму та

рекреації

Третій розділ містить пропозиції, розроблені на підставі проведеного дослідження. Вони можуть стосуватися впровадження інноваційної технології, вдосконалення туристичних послуг або створення нового туристично-рекреаційного продукту.

Для запропонованого рішення обґрунтовують його вибір, визначають мету впровадження, необхідні ресурси, організаційні заходи та очікувані результати.

Для проєктів із використанням цифрових технологій передбачити опис обраного програмного забезпечення, його функціональних можливостей, умов застосування та можливих обмежень.

Для тем, присвячених створенню туристичного стартапу, розробити бізнес-план, який має містити характеристику продукту або послуги, аналіз цільової аудиторії, бізнес-модель, план організації діяльності, способи отримання доходу та фінансові розрахунки.

У разі розроблення короткострокових рекреаційних турів або програм відновлювального відпочинку визначити їхню цільову аудиторію, зміст послуг, особливості організації, вимоги до безпеки та економічні умови реалізації.

Обов'язково провести економічне обґрунтування запропонованих рішень. Залежно від теми розрахувати:

- витрати на впровадження інноваційної технології;
- очікувані доходи або економію витрат;
- прогнозований фінансовий результат;
- точку беззбитковості та строк окупності для підприємницьких проєктів;
- показники ефективності використання ресурсів.

Оцінити можливі ризики реалізації проєкту та запропонувати заходи щодо їх зменшення. За потреби визначити соціальні та екологічні наслідки впровадження інновації.

Завершити розділ висновком про доцільність реалізації розроблених пропозицій.

Висновки

Висновки повинні відображати результати виконання кожного із завдань, визначених у вступі, та відповідати меті курсової роботи.

У цій частині стисло викладають результати теоретичного й аналітичного розділів, конкретизують практичні пропозиції та очікуваний ефект від їх реалізації.

Навести висновки щодо економічної доцільності запропонованих рішень, можливостей їх практичного застосування та наявних обмежень.

Не включати до висновків нові матеріали, розрахунки або положення, які не розглядалися в основній частині курсової роботи.

Список використаних джерел

Навести перелік наукових праць, нормативних документів, статистичних матеріалів та інших інформаційних ресурсів, використаних під час підготовки курсової роботи.

Оформити бібліографічні посилання відповідно до встановлених вимог. До списку включити лише ті джерела, на які є посилання в тексті роботи.

Додатки

До додатків за потреби включити допоміжні таблиці, розрахунки, картографічні матеріали, схеми, зразки документів, результати опитувань та інші матеріали, необхідні для підтвердження проведеного дослідження.

У тексті курсової роботи зробити посилання на відповідні додатки.

3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ ТА РЕКРЕАЦІЇ

Методи дослідження добирають відповідно до поставлених завдань. Висновок про доцільність інновації має спиратися на наукові джерела, аналіз фактичних даних і зіставлення можливих рішень.

Дослідження може охоплювати діяльність туристичного підприємства, окремі бізнес-процеси, туристичні продукти, рекреаційні послуги або розвиток туристичної дестинації. Особливу увагу слід приділити практичним можливостям використання обраної технології, умовам її впровадження та очікуваним результатам.

Залежно від теми курсової роботи рекомендовано застосовувати порівняльний, статистичний, економічний, маркетинговий, геоінформаційний аналіз, методи прогнозування та оцінювання ризиків. Використані методи мають відповідати меті дослідження й забезпечувати обґрунтованість запропонованих рішень.

3.1. Вибір методів дослідження та формування інформаційної бази

Спочатку окреслюється проблема, яку пропонується розв’язати за допомогою інноваційної технології. Її зміст пов’язують із діяльністю конкретного туристичного підприємства, потребами споживачів або умовами розвитку рекреаційної території.

Інформаційну базу курсової роботи можуть становити:

- наукові праці, присвячені інноваціям, цифровій трансформації та розвитку туризму і рекреації;
- офіційні статистичні дані щодо туристичних потоків, попиту, діяльності туристичних підприємств і розвитку територій;
- звітні та аналітичні матеріали туристичних підприємств за наявності дозволу на їх використання;
- офіційну документацію розробників програмного забезпечення, цифрових платформ та інформаційних систем;
- результати опитувань, спостережень, порівняльного аналізу туристичних послуг;
- відкриті геопросторові дані, електронні карти та матеріали туристичних інформаційних ресурсів.

Відібрані матеріали перевіряють за походженням, актуальністю, повнотою та відповідністю темі. Статистичні дані наводяться із зазначенням періоду спостереження, територіального охоплення й одиниць виміру.

Порівняння альтернативних технологій проводиться за попередньо визначеними критеріями. До них належать функціональні можливості, доступність для користувачів, вартість упровадження, вимоги до персоналу, можливості інтеграції, надійність та очікуваний результат. Набір критеріїв уточнюється відповідно до предмета дослідження.

За відсутності доступу до внутрішніх даних підприємства або комерційного програмного забезпечення допускається використання офіційних демонстраційних матеріалів, відкритих джерел і навчальних моделей. Умовні дані необхідно відокремлювати від фактичних.

3.2. Аналіз цифрових технологій у діяльності туристичних підприємств

Оцінюючи цифрову технологію, потрібно встановити, який саме бізнес-процес вона змінює: пошук туристичних пропозицій, бронювання, оброблення заявок, взаємодію з клієнтами, управління продажами чи підготовку звітності.

Залежно від теми курсової роботи можна використати матеріали щодо функціонування:

- B2B-платформ пошуку та бронювання туристичних послуг, зокрема IT Tour;
- глобальних систем розподілу та бронювання (GDS), зокрема Amadeus;

- туристичних CRM-систем, зокрема «МоїТуристи» (сервіс групи ТАТ) та SalesDrive;
- спеціалізованих програм обліку, аналітики продажів і підтримки клієнтів.

Вибір системи має відповідати досліджуваному процесу. Порівняння цифрових інструментів різного призначення можливе лише за спільними критеріями, без ототожнення їхніх функцій.

Для проведення аналізу рекомендовано:

1. Охарактеризувати бізнес-процес, який потребує вдосконалення.
2. Встановити недоліки чинного способу виконання операцій.
3. Дослідити функціональні можливості обраної цифрової системи.
4. Порівняти її з альтернативними рішеннями за визначеними критеріями.
5. Оцінити організаційні й технічні умови впровадження.
6. Визначити показники, за якими можна перевірити результат застосування технології.

Для аналізу роботи CRM-системи такими показниками можуть бути тривалість оброблення заявки, кількість повторних звернень, частка завершених продажів, повнота клієнтської інформації та своєчасність комунікації.

Підсумком аналізу може бути порівняльна таблиця цифрових систем, схема бізнес-процесу до і після впровадження технології, опис її функціональних можливостей або навчальна модель оброблення туристичної заявки.

За результатами аналізу обґрунтувати вибір системи для конкретного підприємства. Якщо його робота залежить від змін попиту та безпекових обмежень, перевірити можливість швидкого переформатування турпакетів, формування програм вікенд-рекреації та інформування клієнтів про зміни послуг.

3.3. Застосування штучного інтелекту та аналітики туристичних даних

Застосування штучного інтелекту розглядають у зв’язку з конкретним завданням туристичного підприємства або органу управління дестинацією.

Серед можливих напрямів дослідження:

- персоналізація туристичних пропозицій відповідно до потреб різних категорій споживачів;
- використання інтелектуальних рекомендаційних систем;
- автоматизація інформаційного обслуговування туристів;
- застосування генеративного штучного інтелекту для підготовки маркетингових матеріалів;
- аналіз відгуків туристів та визначення чинників задоволеності послугами;
- прогнозування попиту на туристичні й рекреаційні послуги.

Для оцінки інструмента штучного інтелекту сформулювати завдання, перевірити якість його виконання й порівняти результат з альтернативним способом роботи.

Зокрема, під час дослідження використання штучного інтелекту в маркетингу туристичної дестинації доцільно розробити декілька варіантів рекламного повідомлення або туристичної пропозиції, оцінити їх відповідність цільовій аудиторії, достовірність інформації та можливість практичного використання.

Відомості, отримані за допомогою генеративних інструментів, потребують перевірки. Особливо це стосується інформації про туристичні об’єкти, вартість послуг, транспортну доступність, умови відвідування та безпеку.

Окремим напрямом дослідження є аналіз туристичних даних. Його зміст визначається наявними джерелами інформації та поставленим завданням.

Для дослідження туристичного попиту рекомендовано:

1. Визначити показники, необхідні для аналізу.
2. Сформувати набір даних за відповідний період.
3. Перевірити повноту та порівнянність інформації.

4. Дослідити динаміку показників, сезонні коливання та структуру попиту.
5. За наявності достатніх даних побудувати прогноз або розробити сценарії зміни попиту.
6. Обґрунтувати можливості використання результатів у діяльності туристичного підприємства чи управлінні дестинацією.

Для опрацювання інформації можна застосовувати електронні таблиці, статистичні пакети, засоби візуалізації та аналітичні платформи.

Використання терміна *Big Data* потребує відповідного обґрунтування. Аналіз невеликого набору відкритих статистичних показників доцільно характеризувати як аналіз туристичних даних, не ототожнюючи його з технологіями оброблення великих масивів інформації.

Результати необхідно представити у вигляді таблиць, графіків, діаграм або аналітичних висновків. За наявності прогнозу слід зазначити використаний метод, вихідні припущення та обмеження отриманих результатів.

3.4. Геоінформаційні та інноваційні технології розвитку туристичних дестинацій

Для розвитку туристичної дестинації інноваційні технології можна використати під час аналізу туристичних ресурсів, планування маршрутів, підвищення доступності послуг та управління територією.

Для просторового аналізу рекреаційних територій можна використовувати геоінформаційні системи, зокрема QGIS, електронні картографічні сервіси та відкриті набори геопросторових даних.

Залежно від теми курсової роботи рекомендовано:

- визначити територіальні межі дослідження;
- дослідити розміщення туристичних і рекреаційних ресурсів;
- оцінити транспортну та просторову доступність об’єктів;
- проаналізувати забезпеченість території туристичною інфраструктурою;
- виявити можливості розвитку туристичних маршрутів і рекреаційних зон;
- розробити тематичну карту або схему просторового розміщення об’єктів.

Тематична карта повинна мати назву, умовні позначення, за потреби — масштаб, а також відомості про використані джерела геопросторових даних. Висновки формулюють за результатами просторового аналізу.

Для тем, присвячених концепції Smart Tourism, доцільно дослідити можливості використання цифрових інформаційних сервісів, систем моніторингу туристичних потоків, електронної навігації, інтелектуального управління відвідуванням та інтерактивних засобів ознайомлення з туристичними об’єктами.

Під час дослідження технологій доповненої та віртуальної реальності необхідно визначити їхнє призначення, цільову аудиторію, зміст цифрового продукту, технічні вимоги та можливості використання в туристичному або рекреаційному обслуговуванні.

У роботах зі сталого туризму аналізують вплив інновації на споживання води та енергії, утворення відходів, транспортне навантаження і стан природних ресурсів. Обрані показники мають відповідати змісту запропонованого рішення.

Для територій, що зазнають впливу воєнних дій, необхідно враховувати обмеження доступності туристичних об’єктів, зміни інфраструктури та безпекові ризики. Використання картографічних матеріалів не повинно передбачати оприлюднення чутливої інформації, здатної створити загрозу людям.

3.5. Обґрунтування вибору інноваційного рішення

Після аналізу об’єкта дослідження порівняти можливі варіанти вирішення виявленої проблеми та обґрунтувати вибір інноваційного рішення.

Порівняльний аналіз рекомендовано проводити за критеріями, що відповідають меті дослідження:

- відповідність технології потребам туристичного підприємства або дестинації;
- очікувані зміни якості туристичних чи рекреаційних послуг;
- технічна та організаційна можливість упровадження;
- потреба у фінансових, кадрових та інформаційних ресурсах;
- доступність технології для цільових груп користувачів;
- можливі ризики й обмеження;
- вплив на економічну, соціальну та екологічну складові розвитку туризму.

Переваги й недоліки розглянутих варіантів узагальнюють у порівняльній таблиці. Якщо використовується бальна оцінка або вагові коефіцієнти, у тексті пояснюють вибір критеріїв і порядок обчислення підсумкового показника.

Обране рішення має спиратися на результати проведеного дослідження. Його практичне обґрунтування слід продовжити у проєктному розділі курсової роботи, передбачивши заходи з упровадження, необхідні ресурси, очікувані результати та оцінювання ефективності.

4. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ СТАРТАПІВ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Проєктний розділ містить розрахунок витрат і оцінку результатів упровадження інновації. Перелік показників визначається масштабом проєкту та умовами його реалізації.

Для вдосконалення діяльності чинного туристичного підприємства необхідно визначити витрати на впровадження технології та оцінити можливі зміни показників роботи. Для проєктів розвитку туристичних дестинацій доцільно врахувати також соціальні й екологічні результати.

У курсових роботах, присвячених створенню туристичного стартапу, обов’язковою частиною проєктного розділу є бізнес-план, який містить характеристику продукту, аналіз ринку, бізнес-модель, способи монетизації, фінансові розрахунки та оцінювання ризиків.

4.1. Економічне обґрунтування впровадження інноваційної технології

Економічне обґрунтування інноваційного рішення ґрунтується на розрахунку початкових вкладень, поточних витрат та очікуваних результатів його використання.

До початкових вкладень залежно від особливостей проєкту можуть належати витрати на придбання обладнання, розроблення програмного забезпечення, створення цифрового продукту, налаштування інформаційних систем та первинне навчання персоналу.

До поточних витрат можуть входити оплата програмних підписок, технічне обслуговування, оновлення цифрового контенту, оплата праці, рекламні витрати та інші регулярні платежі.

Під час оцінювання ефективності впровадження CRM-системи, платформи бронювання або іншого цифрового рішення доцільно проаналізувати можливі зміни таких показників:

- витрати часу на виконання операцій;
- витрати на обслуговування клієнтів;
- кількість оброблених заявок;
- частка успішних продажів;
- обсяг реалізованих послуг;
- рівень повторних звернень;
- витрати на інформаційний супровід і комунікацію.

За наявності відповідних даних економічний результат можна визначити через скорочення витрат, збільшення доходів або поєднання цих складових.

Для порівняння необхідно використовувати показники за однакові періоди та враховувати витрати, безпосередньо пов’язані з упровадженням технології. Очікуване

зростання продажів слід обґрунтувати наявними даними або чітко зазначеними припущеннями.

Якщо результати інновації не мають прямого грошового виміру, доцільно визначити показники її практичної результативності. Для проєктів розвитку дестинацій такими показниками можуть бути доступність рекреаційних послуг, охоплення цільових груп, зниження ресурсоспоживання або покращення інформаційного забезпечення туристів.

4.2. Розроблення бізнес-плану туристичного стартапу

Бізнес-план туристичного стартапу має обґрунтовувати можливість створення та функціонування нового туристичного продукту, сервісу, цифрової платформи або підприємницького проєкту.

Його зміст повинен відповідати особливостям запропонованої ідеї та містити такі складові.

1. Характеристика бізнес-ідеї та туристичного продукту.

Визначити проблему споживача, запропонувати спосіб її розв'язання, охарактеризувати туристичний продукт або послугу, обґрунтувати інноваційність і відмінності від наявних пропозицій.

2. Аналіз ринку та цільової аудиторії.

Аналіз ринку охоплює потреби потенційних споживачів, основні цільові сегменти, оцінку попиту й сезонності, конкурентне середовище та чинники вибору туристичного продукту.

3. Бізнес-модель та способи монетизації.

Визначити джерела отримання доходів і порядок формування виручки. Залежно від особливостей проєкту можна передбачити:

- пряму оплату туристичних або рекреаційних послуг;
- комісійну винагороду за посередницькі послуги;
- платний доступ до цифрового сервісу;
- передплату або абонентське обслуговування;
- продаж комплексних туристичних продуктів;
- поєднання декількох джерел доходів.

Спосіб отримання доходу повинен відповідати потребам цільової аудиторії, властивостям продукту та реалістичному прогнозу продажів.

4. Організаційний план.

Визначити основні етапи реалізації стартапу, необхідні ресурси, склад команди, функції учасників, потребу в технологічних рішеннях і можливих партнерах.

Для цифрових туристичних продуктів у плані окремо описують технічне забезпечення, підтримку користувачів та порядок оброблення інформації.

5. Маркетинговий план.

Обґрунтувати способи просування туристичного продукту, канали комунікації з потенційними споживачами, цінову політику та заходи із залучення клієнтів.

Якщо це відповідає темі проєкту, у маркетинговому плані розглядають інструменти штучного інтелекту, цифрову рекламу, CRM-системи й засоби маркетингової аналітики.

6. Фінансовий план.

Розрахувати початкові вкладення, постійні й змінні витрати, прогнозовані доходи, очікуваний фінансовий результат та показники економічної доцільності проєкту.

7. Оцінювання ризиків.

Визначити основні ризики реалізації стартапу, можливі наслідки їх виникнення та заходи для зменшення негативного впливу.

Для туристичних проєктів, реалізація яких залежить від безпекової ситуації, необхідно окремо оцінити можливість зміни умов діяльності, обмеження доступу до об'єктів, перебоїв у роботі інфраструктури та скорочення попиту.

4.3. Методика розрахунку економічних показників

Фінансовий план стартапу має показувати, за рахунок чого проєкт отримуватиме доходи, які витрати необхідно покрити та за яких умов можлива окупність вкладень.

1. Прогнозування виручки від реалізації послуг.

Для одного виду туристичної послуги:

$$R = P \times Q,$$

де:

R – виручка від реалізації послуг, грн;

P – ціна однієї послуги, грн;

Q – прогнозований обсяг реалізації послуг за відповідний період, од.

За наявності декількох видів послуг виручку необхідно розрахувати окремо за кожним видом із подальшим підсумовуванням.

2. Розрахунок змінних витрат.

$$VC = v \times Q,$$

де:

VC – загальна сума змінних витрат, грн;

v – змінні витрати на одну послугу, грн;

Q – кількість реалізованих послуг, од.

До змінних витрат туристичного продукту можуть належати платежі постачальникам послуг, комісійні винагороди та інші витрати, величина яких залежить від кількості продажів.

3. Визначення маржинального доходу.

$$CM = R - VC,$$

де:

CM – маржинальний дохід, грн;

R – виручка від реалізації, грн;

VC – змінні витрати, грн.

Маржинальний дохід характеризує частину виручки, яка залишається для покриття постійних витрат і формування фінансового результату.

4. Розрахунок операційного результату.

$$OP = R - VC - FC,$$

де:

OP – операційний результат за розрахунковий період, грн;

FC – постійні витрати за той самий період, грн.

До постійних витрат можуть належати орендна плата, оплата праці адміністративного персоналу, регулярні платежі за програмне забезпечення та інші витрати, що не змінюються безпосередньо зі збільшенням кількості продажів у межах розрахункового періоду.

5. Визначення точки беззбитковості.

Для одного виду послуг:

$$Q_0 = FC / (P - v),$$

де:

Q_0 – обсяг реалізації, необхідний для покриття постійних і змінних витрат, од.;

FC – постійні витрати, грн;

P – ціна однієї послуги, грн;

v – змінні витрати на одну послугу, грн.

Розрахунок можливий за умови, що ціна послуги перевищує змінні витрати на її надання. Отриманий результат необхідно округлити в більший бік до цілого значення, якщо послуги реалізуються неподільними одиницями.

6. Оцінювання строку окупності початкових вкладень.

За умови рівномірного додатного чистого грошового потоку можна використати спрощений показник:

$$T = I / CF,$$

де:

T – строк окупності у розрахункових періодах;

I – початкові вкладення, грн;

CF – чистий грошовий потік за один період, грн.

Чистий грошовий потік розраховують з урахуванням прогнозованих або фактичних надходжень і виплат. Операційний результат та грошовий потік не є тотожними показниками.

За нерівномірних надходжень строк окупності доцільно визначати шляхом послідовного накопичення чистих грошових потоків до моменту покриття початкових вкладень.

Для довгострокових проєктів за наявності достатньої інформації можна додатково розрахувати чисту приведену вартість (NPV), обґрунтувавши ставку дисконту та прогнозний період.

Розрахунки необхідно супроводжувати вихідними даними, поясненнями та висновками. Усі грошові показники мають бути приведені до однакової валюти, а доходи й витрати – до зіставних періодів.

4.4. Оцінювання ризиків та обґрунтування доцільності реалізації проєкту

Для перевірки стійкості інноваційного проєкту необхідно визначити чинники, здатні вплинути на його реалізацію та очікувані результати.

Залежно від характеру проєкту доцільно розглянути:

- ринкові ризики, пов’язані зі змінами туристичного попиту та конкурентного середовища;
- фінансові ризики, зумовлені збільшенням витрат або недостатнім обсягом продажів;
- технологічні ризики, пов’язані з роботою програмного забезпечення, технічними збоями та захистом даних;
- організаційні ризики, що виникають через нестачу кваліфікованого персоналу або складність упровадження технології;
- безпекові ризики, пов’язані з умовами діяльності туристичних підприємств та доступністю об’єктів;
- екологічні й соціальні ризики, які можуть виникати під час реалізації проєктів розвитку туристичних дестинацій.

Стійкість фінансової моделі стартапу перевіряють аналізом чутливості до зміни вихідних показників. Варто зіставити щонайменше базовий і несприятливий сценарії — наприклад, за зменшення попиту або збільшення витрат.

За можливості доцільно розглянути три сценарії:

- **оптимістичний** – за сприятливих умов розвитку ринку та реалізації послуг;
- **базовий** – за найбільш обґрунтованих прогнозних припущень;
- **песимістичний** – за умов скорочення попиту, зростання витрат або виникнення інших обмежень.

Для кожного сценарію необхідно зазначити вихідні припущення та розрахувати показники, на які впливають їхні зміни.

Оцінювання завершується висновком про економічну доцільність інновації, умови її реалізації та обмеження, які необхідно врахувати.

У підсумковому обґрунтуванні зазначити умови, за яких інновація може забезпечити прогнозований результат, а також обмеження, що залишаються після оцінки ризиків.

5. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

5.1. Загальні вимоги до оформлення

Вимоги до оформлення спрямовані на чіткий виклад результатів самостійного

дослідження. Подані в роботі дані й розрахунки повинні бути доступними для перевірки.

Рекомендований обсяг основного тексту становить 25–30 сторінок. До цього обсягу не входять титульний аркуш, зміст, список використаних джерел і додатки. Обсяг окремих розділів залежить від характеру дослідження та погодженого з керівником плану роботи.

Для оформлення тексту необхідно дотримуватися таких параметрів:

- формат аркуша – А4 (210 × 297 мм);
- шрифт – Times New Roman;
- розмір шрифту – 14 пунктів;
- міжрядковий інтервал – 1,5;
- вирівнювання основного тексту – за шириною;
- абзацний відступ – 1,25 см;
- ліве поле – 25 мм;
- праве поле – 10 мм;
- верхнє та нижнє поля – 20 мм.

Текст курсової роботи викладається українською мовою. Наукові терміни вживаються послідовно, а висновки розділів співвідносяться з дослідницькими завданнями.

Скорочення слів і словосполучень допускаються за умови їх загальноприйнятого використання. Спеціальні скорочення необхідно розшифрувати під час першого згадування в тексті.

Сторінки роботи підлягають наскрізній нумерації. Титульний аркуш враховується в загальній нумерації, але номер сторінки на ньому не проставляється.

5.2. Оформлення структурних частин курсової роботи

Кожну основну структурну частину курсової роботи необхідно починати з нової сторінки.

Назви розділів і підрозділів мають відповідати їхньому змісту та збігатися із заголовками, наведеними у змісті роботи.

Основні розділи нумеруються арабськими цифрами: 1, 2, 3.

Підрозділи нумеруються в межах відповідного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу та порядкового номера підрозділу, розділених крапкою.

Наприклад:

2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства

2.2. Аналіз цифрових інструментів обслуговування клієнтів

2.3. Оцінювання можливостей удосконалення бізнес-процесів

Вступ, висновки, список використаних джерел і додатки не нумеруються як розділи основної частини.

До основної частини включають матеріал, потрібний для розв’язання завдань дослідження. Теоретичні відомості, статистика й описи технологій, які не використовуються в аналізі або обґрунтуванні рішення, перевантажують текст і не мають самостійної цінності для курсової роботи.

Кожний розділ доцільно завершувати стислим узагальненням отриманих результатів.

5.3. Оформлення таблиць, рисунків і формул

Таблиці, графіки, діаграми, схеми та карти використовують тоді, коли вони допомагають порівняти показники, подати результати аналізу або пояснити запропоноване рішення.

Кожна таблиця повинна мати номер і назву, які розміщуються над таблицею.

Нумерацію таблиць доцільно здійснювати в межах розділу.

Наприклад:

Таблиця 2.1 – Порівняльна характеристика цифрових систем обслуговування

клієнтів туристичного підприємства

У тексті необхідно зробити посилання на таблицю та проаналізувати наведені в ній дані. Розміщення таблиці без пояснення її змісту й висновків є недостатнім.

Під час оформлення таблиць слід:

- зазначати одиниці виміру показників;
- забезпечувати однакову точність числових даних;
- пояснювати використані скорочення;
- зазначати джерело інформації;
- уникати дублювання однакових даних у тексті й таблицях.

Ілюстративні матеріали необхідно розміщувати після першого згадування в тексті або на наступній сторінці.

Назву рисунка розташовувати під зображенням.

Наприклад:

Рисунок 2.1 – Схема оброблення туристичної заявки із застосуванням CRM-системи

Для рисунків, створених на основі зовнішніх матеріалів, необхідно зазначити джерело використаних даних.

Особливу увагу слід приділити оформленню картографічних матеріалів. Тематичні карти туристичних і рекреаційних територій мають містити назву, легенду, умовні позначення, масштаб за потреби та інформацію про джерела геопросторових даних.

Формули необхідно виділяти з основного тексту та супроводжувати поясненням використаних позначень.

Якщо формула містить показники, які мають одиниці виміру, їх необхідно зазначити в поясненні.

Після формули й розрахунку наводять числовий результат із поясненням його економічного або практичного значення.

Вихідні дані, використані для розрахунків, мають бути підтверджені відповідними джерелами або позначені як обґрунтовані припущення.

5.4. Використання наукових джерел і оформлення бібліографічних посилань

Підготовка курсової роботи передбачає опрацювання наукової літератури, статистичних матеріалів, нормативних документів та інформаційних ресурсів, пов’язаних із темою дослідження.

Для формування теоретичної та інформаційної бази рекомендовано використовувати:

- наукові статті у фахових виданнях;
- монографії та навчальні видання з відповідної проблематики;
- офіційні статистичні матеріали;
- аналітичні звіти міжнародних і національних організацій;
- офіційні матеріали органів державної влади та місцевого самоврядування;
- документацію розробників цифрових технологій і програмного забезпечення;
- результати власних досліджень, отримані з дотриманням вимог академічної доброчесності.

Для висвітлення сучасного стану проблеми використовують актуальні наукові публікації та перевірені інформаційні ресурси. Праці попередніх років залишаються доречними, якщо вони розкривають теоретичні основи, історію розвитку технологій або дають змогу простежити зміни в досліджуваній сфері.

Посилання на джерела необхідно наводити під час цитування, використання статистичних показників, запозичення методик, таблиць, рисунків, карт та інших матеріалів.

Для посилань у тексті може застосовуватися нумерація джерел відповідно до списку використаної літератури.

Наприклад:

[5] – посилання на джерело загалом;

[5, с. 28] – посилання на конкретну сторінку джерела.

Бібліографічні посилання необхідно оформлювати відповідно до ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» з урахуванням поправок до стандарту та прийнятих в університеті вимог.

В описі електронного ресурсу зазначають назву матеріалу, його вебадресу та дату звернення. Для наукових публікацій із присвоєним DOI наводять цей ідентифікатор.

До списку використаних джерел включати лише матеріали, які фактично опрацьовано та використано під час підготовки курсової роботи.

Не допускається наведення вигаданих бібліографічних записів, посилань на неіснуючі публікації або джерел, зміст яких не перевірено.

5.5. Оформлення додатків

У додатках розміщують матеріали, що підтверджують або доповнюють результати дослідження, але є надто обсяговими для основного тексту чи потребують окремого оформлення.

У додатках можуть бути представлені:

- розгорнуті статистичні таблиці;
- результати опитувань та анкети;
- вихідні дані для економічних розрахунків;
- додаткові графіки та діаграми;
- тематичні карти й картографічні матеріали;
- схеми бізнес-процесів туристичних підприємств;
- приклади інтерфейсів цифрових систем;
- фрагменти програмного коду, алгоритми та навчальні моделі;
- розрахункові таблиці бізнес-плану туристичного стартапу.

Додатки необхідно розміщувати після списку використаних джерел у порядку першого згадування в тексті.

Кожний додаток починати з нової сторінки та позначати великою літерою українського алфавіту відповідно до прийнятих правил оформлення.

Наприклад:

ДОДАТОК А

Порівняльна характеристика CRM-систем туристичних підприємств

ДОДАТОК Б

Розрахунок фінансових показників туристичного стартапу

У тексті курсової роботи необхідно зробити посилання на відповідний додаток.

Додатки повинні стосуватися виконаного дослідження. Загальнодоступні документи та ілюстрації, які не використані для аналізу або обґрунтування висновків, до них не включають.

5.6. Дотримання академічної доброчесності та використання цифрових інструментів

Курсова робота виконується самостійно. Використані джерела й походження вихідних даних зазначаються в тексті та списку використаних джерел.

Цитати, запозичені результати, таблиці й методики супроводити належними посиланнями. Фактичні дані та розрахунки мають бути достовірними й доступними для перевірки.

Не допускається:

- використання чужих текстів, результатів досліджень або розрахунків без зазначення джерела;
- подання запозичених матеріалів як результатів власної роботи;
- вигадування статистичних даних, результатів опитувань та інших дослідницьких

матеріалів;

- внесення недостовірної інформації до таблиць, графіків і розрахунків;
- використання результатів чужої роботи без належного посилання на автора.

Під час виконання курсової роботи допускається застосування цифрових технологій для пошуку й систематизації інформації, статистичного аналізу, візуалізації даних, картографування та виконання розрахунків відповідно до вимог університету.

Результати, отримані за допомогою інструментів штучного інтелекту, підлягають критичній перевірці. Особливо це стосується фактичних відомостей, розрахунків, наукових тверджень і бібліографічних посилань.

Цифрові засоби можуть допомагати в опрацюванні інформації, проте висновки та авторські пропозиції мають ґрунтуватися на самостійному дослідженні.

Порядок використання і зазначення генеративних інструментів під час підготовки курсової роботи має відповідати чинним внутрішнім документам Класичного приватного університету.

У разі використання інформації туристичних підприємств необхідно забезпечити конфіденційність персональних даних клієнтів і відомостей, доступ до яких обмежено. Умовні або змодельовані дані слід чітко відокремлювати від фактичних.

Перед поданням звірити посилання, підсумкові показники, назви таблиць і рисунків та відповідність висновків завданням дослідження.

6. ПОДАННЯ, ЗАХИСТ І КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

6.1. Порядок подання курсової роботи

Завершену роботу подати керівникові у строки, передбачені графіком освітнього процесу та вимогами кафедри.

Перед поданням роботи необхідно перевірити:

- відповідність змісту затвердженій темі та поставленим завданням;
- наявність усіх передбачених структурних частин;
- повноту теоретичного й аналітичного дослідження;
- обґрунтованість запропонованого інноваційного рішення;
- правильність економічних розрахунків;
- відповідність висновків отриманим результатам;
- достовірність використаних джерел і правильність бібліографічних посилань;
- дотримання вимог до оформлення.

Керівник перевіряє відповідність роботи темі, повноту аналізу, обґрунтованість проєктної пропозиції та самостійність виконання.

За наявності зауважень необхідно доопрацювати відповідні частини курсової роботи та подати виправлений варіант у встановленому порядку.

Допуск до захисту здійснюється відповідно до чинних вимог Класичного приватного університету.

6.2. Порядок захисту курсової роботи

Захист курсової роботи передбачає представлення основних результатів дослідження та обґрунтування запропонованого інноваційного рішення.

Для виступу доцільно підготувати презентаційні матеріали, які відображають:

1. Тему, мету та основні завдання дослідження.
2. Характеристику проблеми, для розв’язання якої запропоновано інновацію.
3. Використані методи дослідження та джерела інформації.
4. Найважливіші результати аналізу.
5. Зміст запропонованого інноваційного рішення.
6. Очікувані результати впровадження та їх обґрунтування.
7. Основні висновки.

На захисті варто демонструвати лише ті таблиці, графіки, діаграми, схеми, карти й розрахунки, які безпосередньо пояснюють результати проведеного дослідження.

У роботах про цифрові технології доцільно показати порівняння програмних систем, модель автоматизації бізнес-процесу або приклад роботи обраного інструмента.

Презентація туристичного стартапу охоплює бізнес-модель, джерела доходу, основні фінансові показники та ризики реалізації проєкту.

Під час захисту необхідно обґрунтувати вибір інноваційного рішення, пояснити його переваги порівняно з іншими варіантами та окреслити можливі обмеження впровадження.

Відповіді на запитання мають спиратися на результати власного дослідження, використані джерела й виконані розрахунки.

6.3. Шкала оцінювання курсової роботи

Результати виконання та захисту курсової роботи оцінюються за наведеною нижче шкалою.

Сума балів	Оцінка ЄКТС	Національна оцінка	Характеристика результатів
90–100	A	Відмінно	Повне й самостійне дослідження. Переконливе обґрунтування інноваційного рішення, правильні розрахунки, аргументовані висновки. Впевнені відповіді під час захисту.
82–89	B	Добре	Ґрунтовне дослідження та обґрунтована проєктна пропозиція. Окремі недоліки не впливають істотно на правильність результатів.
75–81	C	Добре	Основні завдання виконано. Аналіз і проєктне рішення загалом обґрунтовані, проте окремі положення потребують уточнення.
67–74	D	Задовільно	Завдання виконано на достатньому рівні. Аналіз має обмежену глибину, економічне обґрунтування або оцінка ризиків містять недоліки.
60–66	E	Задовільно	Основні результати представлені, проте дослідження має суттєві недоліки, а запропоноване рішення обґрунтовано неповно.
35–59	FX	Незадовільно	Значна частина завдань не виконана або виконана неналежно. Аналіз недостатній, проєктне рішення не має належного обґрунтування.
0–34	F	Незадовільно	Зміст роботи не відповідає основним вимогам. Відсутні необхідні результати дослідження або неможливо підтвердити самостійність виконання основних завдань.

Оцінювання враховує зміст дослідження, правильність розрахунків, обґрунтованість проєктного рішення та здатність пояснити результати під час захисту.

Порядок виставлення підсумкової оцінки та проведення повторного оцінювання за потреби визначається чинними документами Класичного приватного університету.

7. ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

Запропонована тематика охоплює цифровізацію туристичних підприємств, застосування штучного інтелекту, аналіз туристичних даних, геоінформаційні технології та інноваційне підприємництво.

Під час вибору теми враховують доступність вихідних даних і можливість проведення власного аналізу.

Тема повинна стосуватися конкретної проблеми, для якої в курсовій роботі обґрунтовується інноваційне рішення.

Формулювання теми уточнюється відповідно до об’єкта дослідження й погоджується з керівником курсової роботи.

7.1. Цифрові технології в управлінні туристичними підприємствами

1. Обґрунтування доцільності впровадження B2B-платформи IT Tour у діяльність туристичної агенції.
2. Удосконалення процесів бронювання туристичних послуг із використанням можливостей глобальних систем розподілу (GDS).
3. Вибір та обґрунтування впровадження CRM-системи для туристичного підприємства на прикладі «МоїТуристи» і SalesDrive.
4. Розроблення проєкту автоматизації оброблення туристичних заявок і взаємодії з клієнтами.
5. Удосконалення інформаційної взаємодії туроператора, туристичної агенції та постачальників послуг засобами цифрових технологій.
6. Оцінювання економічної доцільності цифровізації процесів продажу й обслуговування клієнтів туристичного підприємства.

7.2. Штучний інтелект та інноваційні технології туристичного маркетингу

7. Застосування інструментів штучного інтелекту для просування туристичної дестинації.
8. Розроблення персоналізованих туристичних пропозицій із використанням технологій штучного інтелекту.
9. Проєктування інтелектуального цифрового консультанта для інформаційного обслуговування туристів.
10. Оцінювання можливостей використання генеративного штучного інтелекту в маркетинговій діяльності туристичного підприємства.
11. Застосування інтелектуальних технологій аналізу відгуків для вдосконалення туристичних послуг.
12. Розроблення цифрової маркетингової стратегії туристичного підприємства з використанням інструментів штучного інтелекту.

7.3. Туристична аналітика, прогнозування та геоінформаційні технології

13. Застосування аналітики туристичних даних для обґрунтування управлінських рішень у туристичному підприємстві.
14. Прогнозування попиту на туристичні послуги з використанням сучасних аналітичних інструментів.
15. Використання геоінформаційних систем для оцінювання рекреаційного потенціалу території.
16. Розроблення інтерактивної карти туристично-рекреаційних ресурсів із використанням QGIS.
17. Проєктування цифрової системи моніторингу туристичних потоків для управління дестинацією.
18. Геоінформаційне обґрунтування розвитку туристичних маршрутів з урахуванням ресурсного потенціалу та доступності території.

7.4. Smart Tourism, імерсивні технології та сталий розвиток туризму

19. Розроблення інтерактивного туристичного маршруту з використанням технологій доповненої реальності.
20. Оцінювання можливостей застосування віртуальної реальності для популяризації туристичних об’єктів.
21. Проєктування цифрового сервісу управління відвідуванням туристичної дестинації на засадах Smart Tourism.
22. Використання інноваційних цифрових технологій для підвищення доступності туристичних і рекреаційних послуг.
23. Обґрунтування впровадження ресурсозберігальних технологій у діяльність рекреаційного закладу.

24. Розроблення цифрової системи моніторингу використання рекреаційних ресурсів відповідно до принципів сталого розвитку.

7.5. Інноваційне підприємництво та туристичні стартапи

25. Розроблення бізнес-плану туристичного стартапу з надання локальних рекреаційних послуг через цифрову платформу.

26. Створення та економічне обґрунтування інноваційного туристичного продукту для короткострокового відпочинку.

27. Розроблення бізнес-моделі цифрової платформи персоналізованих туристичних послуг.

28. Бізнес-планування стартапу з використанням технологій віртуальної реальності у сфері культурно-пізнавального туризму.

29. Обґрунтування інноваційної бізнес-моделі цифрового сервісу рекреаційних послуг для різних категорій споживачів.

30. Розроблення та оцінювання економічної ефективності цифрового рішення для дистанційного обслуговування клієнтів туристичного підприємства в умовах кризових обмежень.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

ОСНОВНА ТА ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

1. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2022. 340 с.

2. Кирилюк І. М. Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник. Умань : Візаві, 2020. 179 с.

3. Зайцева В. М., Гурова Д. Д., Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Журавльова С. М. Використання інноваційних технологій в галузі туризму : монографія. Запоріжжя : Дике Поле, 2015. 144 с. URL: https://eir.zp.edu.ua/items/a72f4d38-3c23-48f5-a7ce-c98392d3c20b

4. Пойда-Носик Н. Н., Черленяк І. І. Управління інноваційними проектами : навчальний посібник. Ужгород : Говерла, 2017. 360 с. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/items/c915ca40-f98d-40cb-a6de-0e9fd476fade

5. European Commission. *EU Sustainable Tourism Strategy*. Communication COM(2026) 777 final. Brussels, 2026. 24 p. URL: https://transport.ec.europa.eu/tourism-strategy_en

6. OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2026. Paris : OECD Publishing, 2026. URL: https://doi.org/10.1787/3fd3cd75-en

Нормативні та навчально-методичні документи

7. Освітньо-професійна програма «Туризм і рекреація» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю J3 «Туризм та рекреація». Класичний приватний університет, редакція 2025 року.

8. Силабус навчальної дисципліни «Інноваційні технології в туризмі та рекреації» (ПП 4) освітньо-професійної програми «Туризм і рекреація». Класичний приватний університет, 2026–2027 навчальний рік.

9. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016.

10. Про академічну доброчесність : Закон України від 18.12.2025 № 4742-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4742-20

11. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17

Статистичні та інформаційно-аналітичні ресурси

12. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). Статистичні дані та аналітичні матеріали щодо розвитку туризму в Україні. URL: https://www.tourism.gov.ua/statistic

13. UN Tourism. Tourism Data Dashboard. Міжнародні статистичні дані про туристичні потоки, ринки та результати туристичної діяльності. URL: https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard

14. Eurostat. Tourism Statistics. Статистика туристичної діяльності країн Європейського Союзу. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism

15. European Commission. EU Tourism Dashboard. Показники розвитку туристичних дестинацій, їх цифровізації, екологічної стійкості та соціально-економічного стану. URL: https://tourism-dashboard.ec.europa.eu/

Цифрові системи та програмні засоби у сфері туризму

16. IT Tour. Інструкція користувача системи пошуку, бронювання та продажу туристичних продуктів. URL: https://www.ittour.com.ua/agency_user_manual.html

17. Amadeus. Global Distribution System (GDS). Офіційні матеріали щодо призначення та функцій глобальних дистрибутивних систем у туристичній діяльності. URL: https://amadeus.com/en/travel-glossary/gds

18. TAT. Інформація про цифрові сервіси для туристичного бізнесу, зокрема CRM-систему «МоїТуристи». URL: https://tat.ua/info/about/

19. SalesDrive. Функціональні можливості CRM-системи для автоматизації продажів, управління заявками та роботи з клієнтами. URL: https://salesdrive.ua/by-industry/services/

20. QGIS Documentation. Офіційна документація геоінформаційної системи QGIS 3.44. URL: https://documentation.qgis.org/3.44/en/docs/index.html

Додаток А

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІНСТИТУТ ЗДОРОВ'Я, СПОРТУ ТА ТУРИЗМУ ІМЕНІ ТЕТЯНИ САМОЛЕНКО

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни "**Інноваційні технології в туризмі та рекреації»**

на тему «_____

_____»

Студента (ки) 1 курсу

Групи _____

спеціальності J3 Туризм та рекреація

освітня програма Туризм і рекреація

(шифр і назва спеціальності, освітньої програми)

_____

(прізвище та ініціали)

Керівник проф., д.п.н. Хххххххх Х.Х.

_____

посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала _____

Кількість балів: _____. Оцінка: ECTS ____

м. Запоріжжя, 2026 рік

Додаток Б

Приклад змісту курсової роботи

Тема: «Бізнес-план цифрового сервісу бронювання рекреаційних турів вихідного дня»

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕКРЕАЦІЙНОМУ ТУРИЗМІ

1.1. Особливості організації короткострокових рекреаційних турів та їх просування на туристичному ринку

1.2. Сучасні технології онлайн-бронювання туристичних послуг та можливості їх використання

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ТА ПЕРЕДУМОВ СТВОРЕННЯ ЦИФРОВОГО СЕРВІСУ БРОНЮВАННЯ

2.1. Дослідження попиту на рекреаційні тури вихідного дня та характеристика цільової аудиторії

2.2. Аналіз наявних цифрових сервісів бронювання та визначення вимог до нового продукту

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

3.1. Бізнес-модель цифрового сервісу, функціональні можливості та організація його впровадження

3.2. Розрахунок витрат, прогноз доходів, оцінювання економічної доцільності та ризиків проєкту

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Назви розділів і підрозділів у цьому прикладі слід уточнити відповідно до обраної теми. Послідовність залишається такою: теоретична основа дослідження, аналіз об’єкта, розроблення та оцінювання власної пропозиції.

Якщо тема передбачає створення туристичного стартапу, у третьому розділі необхідно подати бізнес-план із характеристикою продукту, цільового ринку, джерел доходу, витрат і ризиків.

Додаток В

Форми аналітичних таблиць для курсової роботи

Таблиця В.1 – Порівняльна характеристика цифрових рішень для туристичного підприємства

Критерій порівняння	Рішення А	Рішення Б	Обґрунтування вибору
Основне призначення			
Функціональні можливості			
Вартість упровадження			
Поточні витрати на використання			
Можливості інтеграції з іншими системами			
Зручність для працівників і клієнтів			
Захист персональних даних			
Технічна підтримка			
Обмеження використання			

Порівняння провести за критеріями, які відповідають завданню дослідження. Витрати навести в однаковій валюті та за той самий період. За відсутності відкритих тарифів не підставляти умовні значення замість фактичних.

Таблиця В.2 – Джерела даних для аналізу туристичного ринку

Джерело інформації	Досліджуваний показник	Територія та період спостереження	Одиниця виміру	Обмеження використання даних

Примітка. До таблиці включити офіційну статистику, результати власного дослідження, звітність підприємств та інші джерела, використані в аналітичному розділі. Для кожного джерела зазначити дату оприлюднення або оновлення даних.

Таблиця В.3 – Оцінювання ризиків упровадження інноваційного проєкту

Можливий ризик	Імовірність виникнення	Можливі наслідки	Заходи щодо зниження ризику
Зниження попиту на туристичні послуги		Скорочення кількості бронювань і доходів	Перегляд цінової політики, розширення цільових сегментів
Зростання вартості транспортних та інших послуг		Збільшення собівартості туристичного продукту	Перегляд договорів із партнерами, формування резерву витрат
Тимчасова недоступність туристичних маршрутів або об’єктів		Скасування чи перенесення поїздок	Підготовка альтернативних маршрутів, своєчасне інформування клієнтів
Технічні збої цифрової платформи		Порушення процесу бронювання	Резервне копіювання, технічна підтримка, альтернативні канали зв’язку
Несанкціонований доступ до клієнтських даних		Втрата інформації та порушення конфіденційності	Розмежування прав доступу, захист облікових записів, контроль обробки даних

Імовірність ризику можна оцінювати як низьку, середню або високу, обґрунтувавши вибір. Для туристичних продуктів окремо перевірити безпеку маршрутів і можливість зміни програми поїздки.

Таблиця В.4 – План упровадження інноваційного рішення

Етап реалізації	Основні роботи	Необхідні ресурси	Очікуваний результат
Підготовчий	Дослідження потреб клієнтів, аналіз конкурентів, формування вимог	Інформаційні та трудові	Сформовані вимоги до проєкту
Проєктний	Розроблення бізнес-моделі та функціональної структури сервісу	Трудові, технічні, фінансові	Підготовлений проєкт цифрового рішення
Впровадження	Налаштування системи, тестування, навчання персоналу	Технічні та організаційні	Готовність сервісу до використання
Початок роботи	Запуск сервісу, просування, обробка перших замовлень	Маркетингові та операційні	Початок надання послуг
Оцінювання результатів	Аналіз бронювань, витрат, відгуків і технічних показників	Аналітичні та інформаційні	Пропозиції щодо подальшого розвитку

Примітка. Склад етапів, строки та ресурси уточнити відповідно до особливостей досліджуваної технології. Для проєктів, які не передбачають створення підприємства, таблицю адаптувати до впровадження інновації в діяльність наявної організації або туристичної дестинації.

Додаток Г

Приклад розрахунку економічної доцільності інноваційного проєкту

Приклад. Створення цифрового сервісу бронювання рекреаційних турів вихідного дня

Розглянуто умовний проєкт туристичного підприємства, яке розробляє короткострокові рекреаційні тури та здійснює їх продаж через власний цифровий сервіс.

Для запуску сервісу передбачено початкові вкладення у розроблення вебсайту, налаштування системи бронювання та початкове просування. Джерелом доходу підприємства є продаж власних туристичних продуктів.

Таблиця Г.1 – Вихідні дані для розрахунку

Показник	Умовне значення
Ціна туру на одного туриста	3 900 грн
Змінні витрати на одного туриста	2 450 грн
Постійні витрати підприємства за місяць	58 000 грн
Планова кількість туристів за місяць	60 осіб
Початкові вкладення у проєкт	150 000 грн
Прогнозований чистий грошовий потік за місяць (умовне припущення)	24 000 грн

Усі показники умовні. Вони не відображають фактичні тарифи або фінансові результати туристичних підприємств. Чистий грошовий потік для прикладу окупності задано окремим припущенням.

1. Розрахунок маржинального доходу

Маржинальний дохід від обслуговування одного туриста:

МД = Ц − ЗВ,

де:

МД – маржинальний дохід на одного туриста;

Ц – ціна туру;

ЗВ – змінні витрати на одного туриста.

МД = 3 900 − 2 450 = **1 450 грн**.

Кожен продаж забезпечує 1 450 грн для покриття постійних витрат і формування операційного результату.

2. Визначення точки беззбитковості

Точка беззбитковості характеризує мінімальну кількість туристів, за якої маржинальний дохід покриває постійні витрати.

ТБ = ПВ / МД,

де:

ТБ – точка беззбитковості, осіб;

ПВ – постійні витрати за місяць.

ТБ = 58 000 / 1 450 = **40 осіб**.

Для покриття постійних витрат підприємству необхідно обслуговувати щонайменше 40 туристів на місяць.

3. Розрахунок планової виручки

В = Ц × К,

де:

В – виручка від реалізації туристичних послуг;

К – кількість туристів за місяць.

В = 3 900 × 60 = **234 000 грн**.

4. Розрахунок сукупних змінних витрат

СЗВ = ЗВ × К.

СЗВ = 2 450 × 60 = **147 000 грн**.

5. Визначення операційного результату

ОР = В − СЗВ − ПВ.

ОР = 234 000 − 147 000 − 58 000 = **29 000 грн**.

За планового обсягу продажів спрощений операційний результат становить 29 000 грн на місяць.

6. Орієнтовний строк окупності початкових вкладень

СО = ПІ / ЧГП,

де:

СО – строк окупності, місяців;

ПІ – початкові вкладення, грн; ЧГП – прогнозований чистий грошовий потік за місяць, грн.

За умовного ЧГП у розмірі 24 000 грн/міс. строк окупності становить 150 000 / 24 000 = 6,25 місяця.

У реальному проєкті ЧГП необхідно розрахувати з урахуванням надходжень і всіх грошових виплат. Операційний результат не можна автоматично прирівнювати до чистого грошового потоку; прогноз також має враховувати сезонність.

7. Оцінювання впливу зміни попиту

Для перевірки стійкості проєкту розглянуто три варіанти завантаження.

Таблиця Г.2 – Залежність операційного результату від кількості туристів

Показник	Несприятливий сценарій	Точка беззбитковості	Плановий сценарій
Кількість туристів за місяць, осіб	35	40	60
Виручка, грн	136 500	156 000	234 000
Змінні витрати, грн	85 750	98 000	147 000
Постійні витрати, грн	58 000	58 000	58 000
Операційний результат, грн	−7 250	0	29 000

За несприятливого сценарію (35 туристів за місяць) операційний результат становить −7 250 грн. Плановий обсяг у 60 туристів забезпечує позитивний результат лише за умови збереження прийнятих цін і витрат.

Висновок до розрахунку.

За прийнятих умов проєкт може покривати витрати та формувати позитивний операційний результат. До реалізації потрібно перевірити ринкові ціни, прогноз попиту, сезонність та додаткові витрати, не включені до прикладу.

Для стартапів, які працюють за посередницькою моделлю, розрахунки необхідно виконувати на основі комісійного доходу або плати за користування сервісом, а не повної вартості туристичного продукту.

Додаток Д

Питання для самоперевірки готовності курсової роботи до захисту

Відповідність змісту темі дослідження

1. Чи відповідають мета, завдання та зміст курсової роботи обраній темі?
2. Чи розкрито сутність інноваційної технології, яка є предметом дослідження?
3. Чи обґрунтовано доцільність використання цієї технології у сфері туризму та рекреації?
4. Чи простежується зв’язок між теоретичними положеннями, результатами аналізу та запропонованим рішенням?

Якість проведеного дослідження

5. Чи використано актуальні та достовірні джерела інформації?
6. Чи зазначено джерела статистичних показників, датування та одиниці виміру?
7. Чи достатньо вихідних даних для висновків, наведених в аналітичному розділі?
8. Чи порівняно запропоновану інновацію з наявними технологічними рішеннями?

Обґрунтування інноваційних пропозицій

9. У чому полягає практична цінність запропонованої інновації?
10. Яких змін у роботі підприємства або розвитку дестинації можна очікувати після її впровадження?
11. Чи визначено ресурси, необхідні для реалізації проєкту?
12. Чи враховано ризики, пов’язані з попитом, витратами, технічними обмеженнями та безпекою туристичних послуг?
13. Чи передбачено показники, за якими можна оцінити результати впровадження інновації?

Економічне обґрунтування

14. Чи підтверджено розрахунками економічну доцільність запропонованого рішення?
15. Чи узгоджені між собою вихідні дані, формули, розрахунки та висновки?
16. Чи пояснено джерела доходів і модель монетизації, якщо курсова робота присвячена туристичному стартапу?
17. Чи розглянуто можливі зміни фінансових результатів у разі зниження попиту або збільшення витрат?

Оформлення та захист

18. Чи відповідає оформлення курсової роботи вимогам методичних рекомендацій?
19. Чи містить список використаних джерел усі праці та інформаційні ресурси, на які є посилання в тексті?
20. Чи правильно оформлено таблиці, рисунки, формули та додатки?

21. Чи сформульовано у висновках конкретні результати виконаної роботи?

22. Чи можливо коротко пояснити зміст інноваційної пропозиції, її переваги, витрати та ризики під час захисту?

Самоперевірка охоплює обґрунтування обраної інновації, правильність розрахунків, достовірність даних та готовність пояснити результати під час захисту.