

Таблиця 1 – Реєстр кваліфікаційних робіт другого (**магістерського**) рівня вищої освіти спеціальності 242 «Туризм» (денна форма) **2024/25 н.р.**

ТРм-2-1

№	Бібліографічний опис	Вид оприлюднення та місце	Анотація, ключові слова
1	Горбенко А. В. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу в США кваліфікаційна робота магістра : спец. 242 «Туризм» ОПП «Туризм» / наук. керівник проф. Ципко В. В. Національний транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2025. 100 с.	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	В першому розділі розглянуто історію становлення і розвитку ресторанного бізнесу в Америці, індустрію харчування та її місце в туристичній сфері США, класифікацію та типологію підприємств харчування. У другому розділі проаналізовано ринкові концепції ресторану в США, ринок громадського харчування США, розвиток франчайзингу в США. У третьому розділі представлено сучасні тенденції та проблеми ресторанного бізнесу, тенденції розвитку індустрії харчування США в умовах глобальних викликів, визначено тенденції впровадження технологій у сферу ресторанного бізнесу на прикладі Panera Bread та Ghost Kitchens.. Ключові слова: ресторанний бізнес, туризм, глобальні виклики, франшиза, ресторани послуги, індустрія харчування, тенденції, технології, віртуальні послуги, штучний інтелект, концепція, конкурентоздатність, ринок.
2	Добридень К.О. Перспективи розвитку туристичної галузі Індії: кваліфікаційна робота магістра <i>спец. 242 «Туризм» ОПП «Туризм»</i> / наук. керівник доц. Івасишина Н.В. Національний транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2024. 93 с.	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	У першому розділі роботи розглянуто теоретичні аспекти розвитку туристичної галузі Індії, її сутність та основні особливості. Проаналізовано поняття туристичного ринку, його класифікаційні ознаки та роль національного ринку туристичних послуг у структурі світового туризму. У другому розділі проаналізовано сучасний стан розвитку туристичної галузі в Індії. Розглянуто ключові тенденції розвитку міжнародного туризму в країні, включаючи статистичні дані та основні напрями зростання. Значну увагу приділено ролі визначних туристичних об'єктів, таких як Тадж-Махал, Раджастан, і Гімалаї, у залученні іноземних туристів. Оцінено вплив урядових ініціатив, таких як програма <i>Incredible India</i> , на популяризацію туристичного потенціалу країни. Третій розділ присвячено перспективам розвитку туристичної галузі Індії.

			Розглянуто можливості інтеграції Індії у світові туристичні процеси через міжнародні ініціативи та співпрацю. Запропоновано рекомендації для підвищення конкурентоспроможності індійського туристичного ринку, включаючи розвиток внутрішнього туризму, покращення якості послуг та маркетингових стратегій. Ключові слова: туристична галузь, Індія, сталий туризм, цифровізація, культурна спадщина, Incredible India, міжнародний туризм, туристичний ринок, розвиток інфраструктури.
3	Козадаєва Д.С. Маркетинг туристичних послуг на прикладі круїзного туризму: кваліфікаційна робота магістра : спец. 242 «Туризм і рекреація» ОПП «Туризм» / наук. керівник к.е.н., доц Щербакова Н.О Національний транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2024. 103 с.	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	У першому розділі роботи розглянуто теоретичні засади дослідження маркетингу туристичних послуг, сутність круїзного туризму як об'єкта маркетингу орієнтованого на споживача. Також визначено моделі поведінки споживачів як основи розробки стратегії розвитку маркетингу туристичних послуг, досліджено маркетингові стратегії у сфері туристичних послуг. У другому розділі досліджено організацію круїзного туризму, включаючи стан круїзного туризму на світовому ринку, визначено особливості організації круїзних подорожей та наведено перспективи розвитку круїзного туризму. У третьому розділі висвітлено удосконалення стратегії маркетингу круїзних послуг, наведено оцінювання конкурентоспроможності круїзних операторів на світовому туристичному ринку, розглянуто формування стратегії розвитку маркетингу круїзного туризму та розробку алгоритму побудови системи маркетингових комунікацій із споживачами круїзного туризму. Ключові слова: круїзний туризм, маркетинг, круїзні компанії, маркетингові стратегії, круїзні лайнери, круїзні подорожі.
4	Козлова А. А. Роль історико-культурних ресурсів у розвитку туристичної сфери: кваліфікаційна робота магістра : спец. 242 «Туризм» ОПП «Туризм» / наук. керівник проф. Ципко В. В. Національний	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	У першому розділі розглянуто теоретико-методологічні основи дослідження історико-культурних туристичних ресурсів, надано та охарактеризовано термінологію по даній темі, розглянуто методику оцінки, функції та роль культурно-пізнавальних туристичних ресурсів. У другому розділі подається більш конкретне дослідження історико-

	транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2025. 116 с.		культурних туристичних ресурсів Європи. Проаналізовано сучасні напрямки та перспективи розвитку пізнавального туризму досліджуваного регіону, детально охарактеризовано основні об'єкти історико-культурної спадщини України, проаналізовано роль інноваційно-інвестиційних програм для розвитку історико-культурних об'єктів. У третьому розділі розглянуто проблеми розвитку та збереження історико-культурних ресурсів у країнах Європи, охарактеризовано ефективність охорони культурних об'єктів, а також розроблено рекомендації та пропозиції щодо вдосконалення розвитку історико-культурного туризму Європи. Ключові слова: історико-культурні ресурси, історико-культурний туризм, культурно-пізнавальний туризм, Європа, пам'ятки історії та культури.
5	Лисенко В. О. Розвиток молодіжного туризму в Європі: кваліфікаційна робота магістра : спец. 242 «Туризм і рекреація» ОПП «Туризм» / наук. керівник к.е.н., доц. Щербакова Н.О Національний транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2024. 103 с.	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	У першому розділі роботи розглянуто теоретичні аспекти розвитку молодіжного туризму в Європі, його сутність та особливості. Проаналізовано соціально-економічні чинники, які впливають на формування попиту серед молоді на туристичні продукти, а також нормативно-правове регулювання молодіжного туризму в європейському контексті. У другому розділі досліджено стан розвитку молодіжного туризму в Європі, включаючи огляд ключових ринків та регіональних особливостей. Визначено роль молодіжних організацій та їхній вплив на популяризацію подорожей серед молоді. Проаналізовано європейські ініціативи та програми, такі як Erasmus+ та DiscoverEU, що сприяють залученню молоді до туристичних процесів. Третій розділ присвячено перспективам розвитку молодіжного туризму в Європі. Окреслено інноваційні підходи, що сприяють розвитку цього сегменту, включаючи цифровізацію туристичних послуг, просування сталого та екологічно відповідального туризму, а також новітні форми соціальної взаємодії у подорожах. Обґрунтовано проблеми та виклики, з якими стикається молодіжний туризм, і запропоновано стратегії та рекомендації для подальшого покращення туристичної індустрії для молоді. Ключові слова: молодіжний туризм,

			Європа, інновації, соціальні мережі, сталий туризм, Erasmus+, DiscoverEU, туризм для молоді, туристичні продукти.
6	Манюк Я.В. Інноваційні підходи до розвитку туристичних дестинацій країн Балтії: кваліфікаційна робота магістра : спец. 242 «Туризм» ОПП «Туризм» / наук. керівник доцент Іванчук С.І. Національний транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2025. 59 с.	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	Перший розділ розкриває теоретичні засади інноваційного розвитку туристичних дестинацій: визначено поняття інновацій у туризмі, їхні типи та вплив на конкурентоспроможність територій. Проаналізовано роль цифрових технологій, сталих практик та креативної економіки у формуванні сучасного туристичного продукту. У другому розділі досліджено особливості інноваційних підходів у розвитку туристичних дестинацій країн Балтії — Литви, Латвії та Естонії. Розглянуто впровадження смарт-туризму, цифрових сервісів, VR/AR-технологій, а також розвиток тематичних маршрутів і культурних кластерів. Проаналізовано практики просування природних та історичних ресурсів через інтерактивні платформи й креативні індустрії. Виявлено досягнення країн Балтії у підвищенні туристичної привабливості та проблеми, що залишаються актуальними. Третій розділ присвячено розробці рекомендацій щодо вдосконалення інноваційної політики в туристичному секторі країн Балтії: запропоновано поглиблення цифрової інтеграції, стимулювання державно-приватного партнерства, підтримку стартап-ініціатив у туризмі та розвиток екологічно орієнтованих продуктів. Наголошено на важливості зміцнення міжнародного бренду регіону як простору високих технологій та автентичної культури. Отримані результати підтверджують, що використання інновацій є ключем до подальшого посилення конкурентних позицій туристичних дестинацій Балтії, підвищення їхньої видимості на світовому ринку та забезпечення сталого розвитку. Ключові слова: інновації в туризмі, країни Балтії, туристична дестинація, смарт-туризм, цифрові технології, креативна економіка, сталий розвиток.
7	Мирошник Ю.В. Розробка та управління стартапами в туризмі: кваліфікаційна робота магістра : спец. 242 «Туризм і рекреація»	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	У першому розділі досліджено основи теорії маркетингового просування туристичних послуг, визначена основна ідея та сутність маркетингової діяльності в туризмі, проаналізовані засоби просування туристичних послуг на ринку,

	ОПП «Туризм» / наук. керівник к.е.н., доц. Щербакова Н.О Національний транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2024. 103 с.		охарактеризовані риси просування туристичних послуг різними учасниками туристичної сфери. У другому розділі здійснений аналіз стану маркетингових стратегій з просування туристичних послуг, досліджено динаміку розвитку ринку туристичних послуг в Україні, проаналізовано організаційно-економічні аспекти діяльності ТОВ «Coral Travel», охарактеризовано розподіл ринку туристичних послуг на сегменти та визначення їхнього місця на ринку. У третьому розділі проаналізовано покращення маркетингових стратегій просування туристичних послуг компанії «Coral Travel», досліджено ринок для вивчення варіантів просування туристичних послуг в Україні, визначено методи покращення маркетингового просування туристичних послуг компанії ТОВ «Coral Travel». Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингове просування, маркетингові дослідження, туристичні послуги, дослідження ринку.
8	Молочний Р.В. Гастрономічний туризм як вид туристичної діяльності у Франції: кваліфікаційна робота магістра спец. 242 «Туризм» ОПП «Туризм» / наук. керівник доц. Івасишина Н.В. Національний транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2024. 90 с.	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	В першому розділі проведено аналіз теоретичних аспектів дослідження гастрономічного туризму, зокрема проаналізовано трактування поняття «гастрономічний туризм». Наведено систематизацію деяких ознак гастрономічного туризму та розглянуто його класифікацію. В другому розділі здійснено аналіз глобальних тенденцій розвитку гастрономічного туризму. Наведено перелік найвідоміших кулінарних шкіл світу, складено перелік напрямків гастрономічного туризму у Франції. В третьому розділі наведені проблеми та перспективи гастрономічного туризму у Франції, розроблено гастрономічний тур по Франції. В кінці викладеного основного матеріалу зроблено висновки. Ключові слова: гастрономічний туризм, туристична дестинація, кулінарні школи, туристична агенція, фестивалі, напрямки туризму, гастрономічний тур, Франція.
9	Степанюк О.О. Розробка туристичних маршрутів з використанням екологічно чистого	Електронний носій (флеш носій), кафедра туризму	Перший розділ розкриває теоретичні засади створення туристичних маршрутів із використанням екологічно чистого транспорту: визначено поняття «зелена мобільність», її переваги та вплив на

	транспорту: кваліфікаційна робота магістра: <i>спец. 242</i> <i>«Туризм» ОПП</i> <i>«Туризм» / наук.</i> керівник доцент Іванчук С.І. Національний транспортний університет, кафедра туризму. Київ, 2025. 59 с.	сталий розвиток туризму. Проаналізовано роль екологічного транспорту — велосипедів, електросамокатів, електромобілів, громадського електротранспорту — у зниженні вуглецевого сліду та підвищенні комфортності подорожей. У другому розділі досліджено практичні підходи до розробки туристичних маршрутів з урахуванням екологічних вимог: розглянуто інфраструктурні передумови, логістику пересування, доступність зарядних станцій та орендних сервісів. Проаналізовано приклади успішної реалізації таких маршрутів у провідних європейських країнах, визначено можливі моделі для адаптації у вітчизняних умовах. Виявлено фактори, що впливають на популярність «зелених» маршрутів, зокрема поєднання активного відпочинку й культурного наповнення. Третій розділ присвячено розробці рекомендацій щодо вдосконалення процесу планування екотуристичних маршрутів: запропоновано оптимізацію транспортної мережі, промоцію екомобільності серед туристів, інтеграцію цифрових сервісів для навігації та бронювання. Наголошено на важливості підтримки партнерства між органами влади, туристичними операторами та екологічними ініціативами. Отримані результати підтверджують, що використання екологічно чистого транспорту під час подорожей сприяє підвищенню якості туристичних послуг, захисту довкілля та формуванню позитивного іміджу DESTINACIЙ як інноваційних і сталих. Ключові слова: екологічний транспорт, туристичні маршрути, зелена мобільність, сталий туризм, екотранспортна інфраструктура, активний відпочинок.
--	--	---