

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет інноваційних технологій
Кафедра міжнародного туризму та готельно –ресторанного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему «Аналіз туристичних ресурсів Франції»

Виконала:

студентка ІV курсу

спеціальності 242 «Туризм»

Борсук Є. В.

Керівник:

к. г. н., доц. Бойко З. В.

Дніпро – 2024

АНОТАЦІЯ

Борсук Є. В. Аналіз туристичних ресурсів Франції. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм». – Університет митної справи та фінансів, Дніпро, 2024.

Об'єкт дослідження: туристичні ресурси Франції.

Предмет дослідження: особливості туристичного потенціалу Франції, які сприяють розвитку туристичної індустрії.

Мета роботи: аналіз потенціалу туристичних ресурсів Франції.

Методи дослідження: сучасні загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: історичний аналіз; системний аналіз та синтез; економіко – статистичні методи та методи порівняння; графічні методи (побудова схем, графіків, діаграм).

Одержані результати: розглянуто загальні поняття туристичного потенціалу та туристичних ресурсів; визначено особливості туристичного потенціалу країни; розглянуто методи оцінки туристичних ресурсів та потенціалу; проаналізовано природні, історико – культурні та інфраструктурні туристично – рекреаційні ресурси Франції; окреслено місце Франції на туристичному ринку України; розглянуто методику розробки туру; розроблено культурно – пізнавальний тур «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег» для туристів з Києва з метою впровадження результатів дослідження в практичну діяльність.

Практичне значення. Матеріал кваліфікаційної роботи може бути використаний для планування туристичних маршрутів та розробки культурно – пізнавальних турів до Франції, регулювання відносин у сфері туризму між Україною та Францією, а також для їх популяризації на українському туристичному ринку.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків. Робота викладена на 84 сторінках, містить 18 таблиць, 19 рисунків. Список використаних джерел містить 60 найменувань.

КЛЮЧОВІ СЛОВА : ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ, ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ПРИРОДНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ІСТОРИКО–КУЛЬТУРНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ІНФРАСТРУКТУРНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ТУР, ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ.

ABSTRACT

Borsuk E. V. Analysis of tourism resources in France. Thesis for a bachelor degree in specialty 242 "Tourism". – University of Customs and Finance, Dnipro, 2024.

Object of research: tourist resources of France.

Subject of research: features of the tourism potential of France, which contribute to the development of the tourism industry.

Purpose: to analyse the potential of tourism resources in France.

Research methods: modern general scientific and special methods, in particular: historical analysis; system analysis and synthesis; economic and statistical methods and methods of comparison; graphic methods (construction of schemes, graphs, diagrams).

Results obtained: the general concepts of tourist potential and tourist resources are considered; the peculiarities of the country's tourist potential are determined; the methods of assessing tourist resources and potential are considered; the natural, historical, cultural and infrastructural tourist and recreational resources of France are analysed; the place of France in the tourist market of Ukraine is outlined; the methodology of tour development is considered; the cultural and educational tour "French Classics: Paris, Provence and the Côte d'Azur" for tourists from Kyiv with the aim of implementing the results of the study in practice.

Practical significance. The material of the qualification work can be used for planning tourist routes and developing cultural and educational tours to France, regulating relations in the field of tourism between Ukraine and France, as well as for their promotion in the Ukrainian tourist market.

The thesis consists of an introduction, three sections, and conclusions. The work is laid out on 84 pages, contains 18 tables, 19 figures. The list of used sources contains 60 names.

KEYWORDS: TOURIST RESOURCES, CLASSIFICATION OF TOURIST RESOURCES, TOURIST POTENTIAL, NATURAL TOURIST RESOURCES, HISTORICAL AND CULTURAL TOURIST RESOURCES, INFRASTRUCTURE TOURIST RESOURCES, TOUR, TOURIST ROUTE.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ.....	7
1.1 Поняття та класифікація туристичних ресурсів	7
1.2 Особливості туристичного потенціалу країн.....	14
1.3 Методи оцінки туристичних ресурсів та потенціалу	20
ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА ПОТЕНЦІАЛУ ФРАНЦІЇ	27
2.1 Аналіз природних туристично –рекреаційних ресурсів.....	27
2.2 Аналіз історико –культурних туристично –рекреаційних ресурсів	39
2.3 Аналіз інфраструктурних туристично –рекреаційних ресурсів.....	45
ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2	52
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИКА ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	53
3.1. Франція на туристичному ринку України	53
3.2. Методика розробки туру	58
3.3. Розробка культурно –пізнавального туру «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег» для туристів з Києва.....	60
ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 3	64
ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ.....	75

ВСТУП

Актуальність теми. Аналіз туристичних ресурсів Франції є надзвичайно актуальним у сучасних умовах глобалізації та зростання конкуренції на світовому туристичному ринку. Франція, як провідна туристична дестинація, щороку приймає мільйони відвідувачів з усього світу завдяки своїй багатій історико – культурній спадщині, різноманітним природним ресурсам та розвиненій інфраструктурі. Дослідження туристичних ресурсів дозволяє глибше зрозуміти, які саме фактори приваблюють туристів і як ці ресурси можна використовувати для подальшого розвитку та підтримки туристичної галузі. Останні роки стали випробуванням для глобальної туристичної індустрії, і Франція, як і багато інших країн, змушена була адаптувати свої стратегії та підходи. Аналіз туристичних ресурсів дозволяє визначити нові тенденції та потреби мандрівників, що, у свою чергу, сприяє розробці інноваційних туристичних продуктів і послуг, здатних задовольнити очікування сучасних туристів. Таким чином, дослідження туристичних ресурсів Франції є важливим інструментом для забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі та зміцнення позицій країни на світовому ринку.

Дослідження туристичних ресурсів проводили як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Серед них варто відзначити роботи таких авторів, як Білозубенко В. С., Разінькова М. Ю., Небаба Н. О., Мальська М., Паньків Н., Цун Д., Требух А.А., Кулешова Г. О. тощо.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз потенціалу туристичних ресурсів Франції.

Для досягнення мети були визначені наступні завдання:

- розглянути поняття та класифікацію туристичних ресурсів;
- визначити особливості туристичного потенціалу країни;
- описати методи оцінки туристичних ресурсів та потенціалу;
- проаналізувати природні туристично – рекреаційні ресурси Франції;

- провести аналіз історико –культурних туристично –рекреаційних ресурсів Франції;
- проаналізувати інфраструктурні туристично –рекреаційні ресурсів Франції;
- окреслити місце Франції на туристичному ринку України;
- визначити методику розробки туру;
- розробити культурно –пізнавальний тур «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег» для туристів з Києва.

Об'єктом дослідження є туристичні ресурси Франції.

Предметом дослідження є особливості туристичного потенціалу Франції, які сприяють розвитку туристичної індустрії.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження застосовано сучасні загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: історичний аналіз; системний аналіз та синтез; економіко –статистичні методи та методи порівняння; графічні методи (побудова схем, графіків, діаграм).

Інформаційну базу дослідження складають навчальні посібники, статті у періодичних виданнях, статистичні дані, матеріали науково –практичних конференцій, а також інформаційні ресурси Інтернет.

Практична значущість роботи полягає в розробці культурно –пізнавального туру «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег» для туристів з Києва.

Апробація роботи. Робота була апробована на Міжнародній науково –практичній конференції «Цифрове суспільство: міжнародні економічні відносини, управління, фінанси та соціум», м. Дніпро.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків. Робота викладена на 84 сторінках, містить 18 таблиць, 19 рисунків. Список використаних джерел містить 60 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

1.1 Поняття та класифікація туристичних ресурсів

Туризм, як визначено ЮНВТО, є соціальним, культурним і економічним явищем, яке полягає у переміщенні людей за межі їхнього звичайного середовища з особистими або професійними метами, зазвичай передбачаючи перебування на місці принаймні одну ніч [48].

Водночас, закон України «Про туризм» пропонує більш вузьке визначення туризму, акцентуючи на споживчому аспекті та виключаючи діяльність надавачів послуг, що визначає туризм як тимчасовий виїзд особи з місця проживання для оздоровлення, навчання чи ділових цілей [8].

Туристичні ресурси відіграють критичну роль у світовій економіці, стаючи основним драйвером економічного зростання, створення робочих місць та міжнародної торгівлі. Згідно з доповіддю Світового економічного огляду, економіки, в яких сектор подорожей та туризму є значним, демонструють кращу стійкість та вищі темпи відновлення після глобальних шоків, таких як пандемія COVID –19. Міжнародна туристична організація прогнозує, що обсяг міжнародного туризму може досягнути 80 –95% від показників до пандемії вже у 2023 році, що підкреслює важливість цього сектору для глобальної економіки [58].

До пандемії туризм був третім за величиною експортним сектором світу, відразу після палива та хімікатів, і сприяв приблизно 5% світового ВВП, забезпечуючи 6 –7% світової зайнятості. Туризм також займає четверте місце у світовому експорті після палива, хімікатів та автомобільної продукції, що підкреслює його значення як джерела валютних надходжень та економічного розвитку [1]. Однак пандемія мала руйнівний вплив на зайнятість у секторі, особливо в галузях, пов'язаних з гостинністю, туристичними послугами та

роздрібною торгівлею, посилюючи гендерний розкол, особливо в країнах, що розвиваються, де жінки зазнали більших втрат у зайнятості.

Враховуючи це, багато країн, що сильно залежать від туризму, активно працюють над диверсифікацією своїх туристичних продуктів та послуг, щоб зменшити ризики від майбутніх економічних або криз. Диверсифікація не тільки допомагає збільшити стійкість економіки до глобальних шоків, але й сприяє сталому розвитку, розширюючи пропозицію та збільшуючи привабливість країни для різних категорій туристів. Такий підхід вимагає інновацій та стратегічного планування з боку урядів і приватного сектору, щоб оптимізувати використання туристичних ресурсів і забезпечити довгостроковий розвиток туристичної інфраструктури.

На думку Поступної О., туристична діяльність, що є основною формою рекреації, значною мірою залежить від доступних природних і культурних ресурсів. Морські узбережжя з комфортними кліматичними умовами, гірські і приозерні ландшафти, мінеральні та термальні води, лікувальні грязі, а також історичні та культурні пам'ятки становлять основу для активного відпочинку і формування туристичної індустрії. Розвиток сучасної туристичної галузі передбачає науковий підхід до використання і популяризації цих ресурсів, оскільки ефективне їх використання сприяє не лише задоволенню рекреаційних потреб туристів, але й приносить значні економічні вигоди [31, с. 6]. Туристична діяльність розвивається на базі наявних ресурсів, які вже використовуються, а також потенційних ресурсів, що можуть бути задіяні за певних умов, таких як реставрація, реконструкція або розвиток інфраструктури. Потенційні ресурси відкривають нові можливості для розширення туристичної пропозиції, створення нових туристичних продуктів та просування як інтенсивного, так і екстенсивного розвитку туризму. Це може включати залучення нових територій та підвищення привабливості регіону для внутрішніх і міжнародних туристів [31, с. 6].

Отже, туристичні ресурси є фундаментальною основою для розвитку туристичної діяльності, формування туристичного продукту та забезпечення

економічного зростання через туризм. Ресурс визначається як кількісний показник здатності до виконання певної діяльності; умови, які за допомогою певних перетворень дозволяють досягнути бажаного результату [33, с. 17]. Туристичні ресурси мають ключове значення для приваблення туристів та стимулювання економічного розвитку регіонів, що є критичним для сталого розвитку туристичної індустрії. Підходи до визначення поняття «туристичні ресурси» представлено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Підходи до визначення поняття «туристичні ресурси»

Автор	Визначення	Суть
1	2	3
Закон України «Про туризм»	Туристичні ресурси в Україні охоплюють пропозиції, що вже існують або потенційно можуть бути запропоновані, засновані на об'єктах різних форм власності.	Туристичні ресурси включають все, що може бути використано для туризму, незалежно від форми власності, підкреслюючи їхню універсальність та доступність для розвитку туризму.
Мальська М., Паньків Н.	Поняття «туристичні ресурси» є ширшим за «рекреаційні ресурси», охоплюючи не тільки туристичні об'єкти та явища природи, але й широкий спектр ресурсів, потрібних для організації туристичного господарства.	Включає широкий спектр ресурсів, таких як економічні, фінансові, трудові та інші, що робить їх важливими для комплексного підходу до розвитку туризму.
Сущенко О., Стрижак О., Дехтяр Н. та ін.	Туристичні ресурси є сукупністю природних і штучно створених об'єктів з властивостями, що їх роблять придатними для створення туристичного продукту.	Визначає основу для створення туристичних продуктів та ініціації туристичного бізнесу в регіоні.
Кулешова Г. О.	Туристичні ресурси – це динамічна категорія, що змінюється з часом у відповідності з еволюцією рекреаційних потреб суспільства.	Підкреслює історичну та мінливу природу туристичних ресурсів, які адаптуються до змін у суспільних потребах.
Теребух А.А., Хім'як М.Ю.	Туристичні ресурси – це комплекс природних та соціально-культурних елементів, що сприяють задоволенню потреб людини та відновленню її працездатності.	Охоплює як природні, так і культурні аспекти, що використовуються для задоволення різноманітних потреб туристів.

1	2	3
Труасі М.	Сукупність природних і створених людиною ресурсів, що включає інфраструктуру і всі підприємства, що займаються обслуговуванням туристів.	Вказує на важливість інтеграції природних і антропогенних ресурсів для повноцінного обслуговування туристів.
Матвійчук Л. Ю.	Реальні чи віртуальні об'єкти та явища природного та антропогенного походження, що можуть бути використані для туризму враховуючи регіональні особливості.	Підкреслює можливість використання широкого спектру ресурсів, реальних та віртуальних, для створення туристичного продукту, виходячи з конкретних умов регіону.

Джерело: складено автором на основі [6; 8; 13; 14; 15; 28]

На основі аналізу різних підходів і визначень, табл. 1.1, можна сформулювати власне визначення поняття. Туристичні ресурси – це комплекс природних, культурних, антропогенних та економічних елементів, які мають потенціал для використання в туристичній індустрії та можуть бути адаптовані або розвинені для задоволення потреб туристів, стимулювання туристичного бізнесу та сприяння регіональному економічному розвитку. Вони включають не тільки фізичні об'єкти та явища, але й різноманітні послуги та інфраструктуру, що допомагають формувати і реалізувати туристичний продукт, враховуючи регіональні особливості та потреби сучасного ринку.

Визначення ключових властивостей туристичних ресурсів дозволяє краще розуміти їх значення та потенціал. Паньків Н. [22] виділяє кілька основних властивостей, які визначають цінність туристичних ресурсів для туристичної індустрії, табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Властивості туристичних ресурсів

Властивість	Опис
1	2
Цілісність	Неподільність ресурсів та їх елементів, їх існування у відповідному взаємозв'язку.
Ємність	Кількість туристів, яку може прийняти територія з врахуванням туристичних ресурсів.
Надійність	Залежить від комплексу соціальних, економічних, політичних умов у межах туристичних територій.
Унікальність	Виняткова привабливість ресурсів для туристів з усього світу.

1	2
Пізнавальна цінність	Зв'язок об'єкта з історичними подіями або відомими особистостями.
Рекреаційна цінність	Можливість використання об'єкта для організації відпочинку та оздоровлення.
Відомість	Популярність і незвичність об'єктів серед туристів.
Виразність	Ступінь взаємодії об'єкта з навколишнім середовищем.
Збереженість	Підготовленість об'єкта до прийому туристів.
Безпека	Відсутність ризику для здоров'я та безпеки туристів та місцевого населення.

Джерело: складено автором на основі [22, с. 43]

Отже, основні властивості визначені в табл. 1.2, допомагають усвідомити важливість туристичних ресурсів не тільки як елементів, що сприяють економічному розвитку, але й як засобів культурного збагачення та соціального розвитку. Ці властивості вказують на те, що туристичні ресурси не є статичними; вони постійно розвиваються і змінюються відповідно до соціальних, економічних та політичних умов. Вони також підкреслюють значення унікальності та пізнавальної цінності, які роблять туристичні ресурси привабливими для відвідувачів.

Туристичні ресурси, природні та антропогенні, використовуються для відновлення сил та задоволення соціальних потреб людини. Вони впливають на організацію туризму та економіку туристичних комплексів. Існує потреба в класифікації ресурсів, проте універсальної системи ще немає. Зазвичай класифікації поділяються на два типи: за походженням та за особливостями використання в різних видах рекреаційної діяльності.

О. Бейдик категоризує туристичні ресурси наступним чином: природно –географічні ресурси, що включають природні особливості ландшафту; природно –антропогенні ресурси, які об'єднують природні елементи та людську діяльність; суспільно –історичні ресурси, що охоплюють історичні та культурні аспекти; трансресурсні та об'єкти рангу «суперточка –тур», які являють собою унікальні місця з значною історичною та візуальною привабливістю (рис. 1.1) [31].



Рисунок 1.1 – Класифікація туристичних ресурсів за О. Бейдик

Джерело: складено автором на основі [31, с. 16]

Отже, класифікація (рис. 1.1) дозволяє більш цілеспрямовано підходити до оцінки та використання туристичних ресурсів, оскільки кожен тип має свої особливості, що вимагають різних стратегій залучення туристів та розвитку туристичної інфраструктури.

Класифікація туристичних ресурсів може бути здійснена за різними підходами: сутнісним, який ґрунтується на основних характеристиках ресурсу; діяльнісним, який враховує способи використання ресурсу в туристичній індустрії; атрактивним, що фокусується на привабливості ресурсу для туристів; ціннісним, що визначається унікальністю ресурсу; функціональним, що виходить з унікальності та комплексності умов використання ресурсу; та еколого-економічним, який оцінює ресурс за його споживчою вартістю [5].

Інший дослідник, І. Смаль визначає чотири типи туристичних ресурсів, рис. 1.2.



Рисунок 1.2 – Класифікація туристичних ресурсів за І. Смалю

Джерело: складено автором на основі [31, с. 17]

Таким чином, структуру туристичних ресурсів включає декілька основних складових: природну, соціально –культурну або суспільну, технологічну, та подієву. Кожна з цих категорій має свою підструктуру та складність, що дозволяє детально аналізувати та оцінювати ресурси у контексті туризму.

Туристичні ресурси поділяються на природні, природно –антропогенні, технологічні та суспільні. Природні ресурси включають компоненти природи та природні комплекси, важливі для здоров'я людини, зокрема кліматотерапевтичні, водні, бальнеологічні й ландшафтні. Природно – антропогенні ресурси охороняються державою через їхнє особливе значення. Технологічні ресурси охоплюють технічні, інформаційні та управлінські засоби, що підвищують ефективність туристичної індустрії, як –от програмне забезпечення та маркетингові інструменти. Суспільні ресурси, важливі для екскурсійної діяльності, включають архітектурні, археологічні, культурологічні та інші об'єкти з важливою семантичною та естетичною цінністю.

Події туристичні ресурси, які охоплюють заходи та явища, є динамічними чинниками у формуванні туристичних потоків. Вони мають

значний вплив на розвиток туристичної інфраструктури та залежать від ефективності рекламних і піар – кампаній. Ці ресурси можна класифікувати за пізнавальною цінністю на глобальні, регіональні та місцеві, і за тематикою на культурно – історичні, спортивні, економічні, політичні, релігійні, а також природні події.

Підходи та класифікації туристичних ресурсів, хоч і численні, не охоплюють всіх аспектів цієї складної теми, а лише підкреслюють її багатогранність і потенційні суперечності. Деякі наукові методи, як – от історичний, системний та синергетичний підходи, дозволяють класифікувати туристичні ресурси на основі часу їх виникнення, взаємозалежностей і комбінованої дії чинників, що посилюють враження від них у туризмі [31].

Отже, враховуючи різноманітність підходів та класифікацій туристичних ресурсів, ясно, що вони формують основу для розвитку туристичної індустрії, впливаючи на економіку, культуру та соціальні аспекти регіонів. Поняття «туристичні ресурси» включає широкий спектр елементів – від природних до культурних та інноваційних технологій, кожен з яких вносить свій вклад у привабливість та функціональність туристичних напрямків. Ці ресурси не тільки сприяють залученню туристів, але й мають критичне значення для стійкого розвитку туризму. Однак, потребують ретельного дослідження та оцінки для ефективного використання і збереження.

1.2 Особливості туристичного потенціалу країн

Туристичний потенціал країни відіграє ключову роль у формуванні її міжнародного образу, залученні іноземних інвестицій, розвитку бізнесу та зростанні національної економіки. Він сприяє економічному розвитку через збільшення туристичних потоків і споживання послуг, підвищує престиж країни, покращуючи її дипломатичні та культурні зв'язки. Це стимулює культурний, соціальний та економічний обмін, зміцнюючи міжнародні відносини. Таким чином, туристичний потенціал впливає не лише на

економіку, але й на глобальне сприйняття країни, її культурну ідентичність та міжнародний імідж. Слово «потенціал» походить від латинського «potentia», що означає «можливості, влада, сила, здатності» [12].

Загальноприйняте визначення туристичного потенціалу в світовій практиці відсутнє, тому в табл. 1.3, розглянемо різні підходи до його визначення, що допоможе краще зрозуміти різноманітність цього поняття.

Таблиця 1.3 – Визначення поняття «туристичний потенціал»

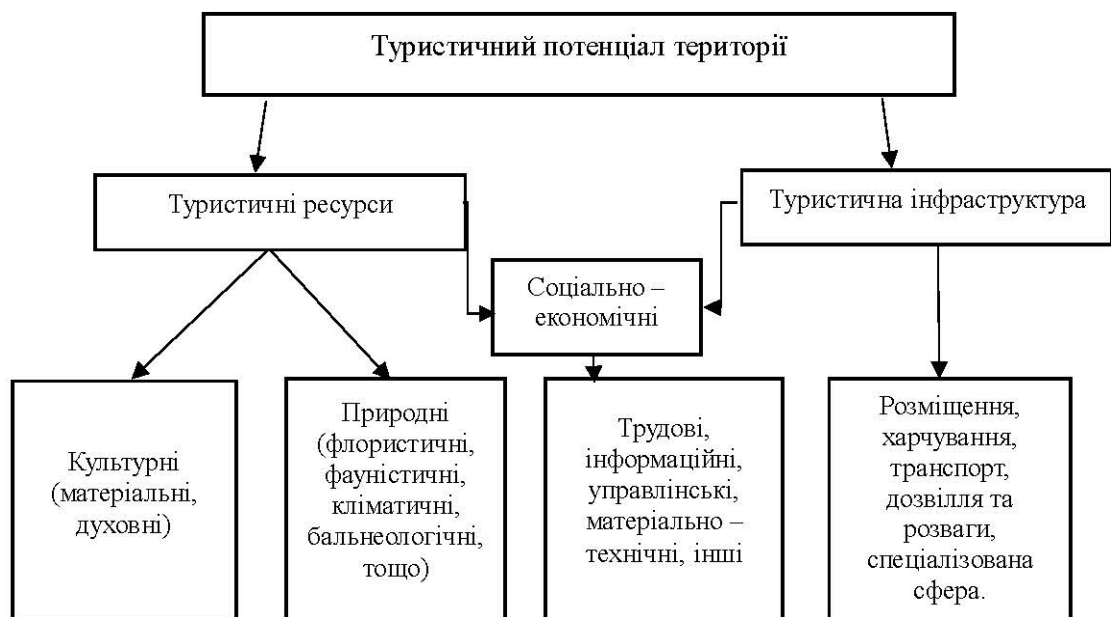
Автор	Визначення	Суть
1	2	3
Шабаліна Н. В.	Туристично –рекреаційний потенціал як набір ресурсів та їхніх територіальних комбінацій, що сприяють задоволенню рекреаційних потреб населення.	Охоплює фізичні ресурси та їх географічне розташування, що забезпечує можливості для туризму та відпочинку.
Коваль П. Ф., Андреева Г. П.	Туристичний потенціал території включає природні, культурні та історичні ресурси, а також наявну інфраструктуру, що разом створюють передумови для розвитку туризму.	Описує як природні, так і людські фактори, що формують умови для різних видів туристичної діяльності.
Ткаченко Т. І., Соколова К. О.	Туристичний потенціал території визначається як комплекс природних та антропогенних елементів, що допомагають у формуванні туристичного продукту.	Включає всі ресурси, що сприяють розвитку туризму, від природних красот до створених людиною об'єктів та заходів.
Захаренко Н. Г.	Туристичний потенціал як сукупність матеріальних і нематеріальних ресурсів, що формують туристичний інтерес і підтримують розвиток туристичного сектору.	Включає ресурси, які не тільки приваблюють туристів, але й забезпечують необхідні умови для управління та розвитку туристичної індустрії відповідно до принципів сталого розвитку.
Іванова З.О.	Туристичний потенціал об'єкта або території – це сукупність природних і рукотворних ресурсів, а також умов та можливостей для створення туристичного продукту.	Підкреслює взаємодію між природними умовами і людською діяльністю в туризмі, які разом сприяють формуванню туристичної пропозиції.
Кривенкова Р.Ю.	Туристичний потенціал як сукупність ресурсів і можливостей території, які використовуються для розвитку суспільства на різних рівнях.	Вказує на використання туристичних ресурсів для соціальної консолідації та економічного розвитку через управлінські механізми.

Самодай В.П., Левковська Ж.В.	Туристичний потенціал як сукупність усіх ресурсів території, що використовуються у туристичній сфері з історичною та рекреаційною цінністю.	Охоплює всі ресурси, які використовуються для задоволення потреб у туризмі, включаючи історичну та відпочинкову вартість.
----------------------------------	---	---

Джерело: складено автором на основі [9; 10; 11; 12; 24; 26; 35]

Отже, туристичний потенціал території – це комплекс природних, культурних, історичних та антропогенних ресурсів, які разом із наявною інфраструктурою та соціально – економічними умовами створюють можливості для розвитку туризму та рекреаційних заходів. Цей потенціал включає не лише фізичні ресурси, які можна безпосередньо використовувати для туризму, але й нематеріальні активи, такі як культурна спадщина, традиції, інновації та організаційні здібності, що допомагають залучити туристів та задовольнити їхні потреби. Туристичний потенціал визначає спроможність регіону розвивати туристичний сектор і є важливим індикатором його конкурентоспроможності та привабливості на міжнародному рівні.

Туристичний потенціал країни чи регіону можна структурувати на дві основні категорії: туристичні ресурси та туристична інфраструктура, рис. 1.3.



Рисунк 1.3 – Структура туристичного потенціалу країни

Джерело: складено автором на основі [14, с. 11]

Отже, ці елементи є фундаментальними для розвитку туристичної галузі країни, кожен з яких має свої унікальні підгрупи, але також і спільні перетини, як –от соціально –економічні ресурси.

Соціально –економічні ресурси охоплюють широкий спектр елементів, які є важливими для ефективного функціонування туристичного сектору. Це включає в себе трудові ресурси, які визначають доступність кваліфікованої робочої сили для туристичної індустрії, інформаційні ресурси, які сприяють розповсюдженню важливої інформації серед туристів та бізнесу, управлінські ресурси, необхідні для координації та ефективного управління туристичними проектами та сервісами, а також матеріально –технічні ресурси, які включають обладнання та інші фізичні активи, необхідні для забезпечення туристичної діяльності [14]. Ці соціально –економічні ресурси відіграють ключову роль у забезпеченні стійкого розвитку туризму, оскільки сприяють створенню оптимальних умов для прийому туристів та надання якісних туристичних послуг.

На думку Герасименка В. [21], туристична інфраструктура є ключовим компонентом для розвитку туристичного потенціалу країни, оскільки вона визначає здатність регіону задовольняти потреби туристів і сприяти зручності та комфорту їхнього перебування. Вона охоплює всю сукупність організаційних структур і нормативно оформлених процедур, які забезпечують ефективне функціонування і взаємодію суб'єктів туристичної діяльності.

Структурно туристична інфраструктура складається з трьох основних частин: інституційної, інформаційної та регламентуючої (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Основні частини структурно туристичної інфраструктури

Складова	Опис	Приклади
1	2	3
Інституційна	Включає загальні та спеціалізовані інституції, що підтримують туризм.	– Загальні: транспортні компанії, готелі, банки, страхові компанії, митниці, інвестиційні фонди – Спеціалізовані: туристичні агентства, рекламні агентства, спеціалізовані страхові компанії, маркетингові служби

Інформаційна	Забезпечує розповсюдження інформації та створення привабливого іміджу туристичного регіону.	– Інтернет – Засоби масової інформації – Інформаційно – туристичні ресурси – Маркетингові та рекламні кампанії
Регламентуюча	Охоплює нормативно – правові акти, що регулюють туристичну діяльність на різних рівнях.	– Законодавство – Регулювання – Політики – Норми

Джерело: складено автором на основі [21].

Таким чином, туристичний потенціал країни охоплює туристичні ресурси та інфраструктуру, які спільно створюють основу для розвитку туристичної галузі. Важливою складовою є соціально – економічні ресурси, що включають кваліфіковану робочу силу, інформаційні та управлінські здібності, необхідні для ефективної діяльності в туристичній сфері. Інфраструктура поділена на інституційну, інформаційну та регламентуючу складові, забезпечує розвиток туризму, задоволення потреб туристів і стійкий розвиток індустрії.

Інший підхід Іванової З. [10] визначає що туристичний потенціал країни визначається основними складовими (табл. 1.5).

Таблиця 1.5 – Основні складові туристичного потенціалу країни за Івановою З.

Складова	Опис
1	2
Природно – ресурсний потенціал	Здатність природного середовища задовольняти потреби людей без шкоди для себе, використання природних багатств у туристичній діяльності.
Історико – культурний потенціал	Історичні та культурні цінності регіону, що сприяють розвитку туризму.
Рекреаційний потенціал	Можливості регіону забезпечити відпочинок і оздоровлення завдяки наявності рекреаційних ландшафтів та оздоровчих ресурсів.
Транспортна інфраструктура	Розвинена мережа доріг, залізниць, аеропортів, які забезпечують доступність та зручність переміщень для туристів.
Засоби розміщення	Умови для проживання туристів.
Інвестиційний потенціал	Можливості регіону залучати інвестиції для розвитку туристичної інфраструктури.

1	2
Експортний потенціал	Спроможність країни залучати міжнародних туристів та сприяти експорту туристичних послуг.
Інноваційний потенціал	Впровадження нових технологій та підходів у сфері туризму для підвищення його ефективності та привабливості.

Джерело: складено автором на основі [10].

Ці складові формують здатність країни розвивати туристичний сектор, використовувати природні та культурні ресурси, інвестувати в інфраструктуру та інновації, забезпечуючи при цьому економічний розвиток та задоволення потреб як місцевого населення, так і іноземних відвідувачів.

Туристичний потенціал країни визначається рядом ключових факторів, які мають значний вплив на розвиток в'їзного туризму, табл. 1.6.

Таблиця 1.6 – Фактори впливу на туристичний потенціал країни

Фактори	Опис
Природні умови	Включають природно –рекреаційні ресурси, як моря, гори, ліси, що є привабливими для туристів.
Історико –культурна спадщина	Пам'ятки архітектури, історії, культури та національні звичаї, які є основою культурного туризму.
Правове середовище	Стабільність нормативно –правової бази сприяє розвитку туризму через економічні та соціальні механізми.
Політична стабільність	Включає стабільність урядових політик, відкритість до інвестицій, і сприятливий податковий режим.
Особистісні та поведінкові фактори	Мотивація та очікування туристів, які впливають на їх рішення про подорожі.
Соціально – економічні фактори	Розвиток інфраструктури, зростання доходів населення, ставлення до іноземних туристів та використання інформаційних технологій.

Джерело: складено автором на основі [34]

Фактори, що впливають на туристичний потенціал країни, складаються з різноманітних природних, культурних, економічних та політичних аспектів. Вони спільно визначають здатність регіону приваблювати відвідувачів та сприяють створенню багатогранного туристичного продукту. Розуміння та грамотне використання цих факторів дозволяє оптимізувати туристичну пропозицію країни, розвиваючи як внутрішній, так і міжнародний туризм

Загалом, туристичний потенціал країни складається з природних, культурних, історичних, економічних та інфраструктурних ресурсів, що разом визначають її здатність приваблювати туристів та сприяти економічному розвитку. Він може покращувати міжнародний імідж, сприяти культурному обміну та зміцнювати міжнародні відносини. Важливі компоненти включають рекреаційні можливості, культурну спадщину, зручну транспортну інфраструктуру та засоби розміщення. Ефективне використання туристичного потенціалу вимагає урядової підтримки у створенні сприятливих умов для інвестицій, розробці маркетингових стратегій і забезпеченні стабільного правового середовища, враховуючи глобальні тенденції. Це може значно покращити економіку країни та добробут населення, сприяючи міжкультурному діалогу та міжнародній співпраці.

Отже, встановлено, що туристичний потенціал країни має вирішальне значення для формування її міжнародного іміджу та залучення іноземних інвестицій. Він включає в себе природні, культурні, історичні ресурси та розвинуту інфраструктуру, що разом створюють передумови для розвитку туризму. Високий туристичний потенціал не тільки сприяє економічному розвитку через збільшення туристичних потоків і споживання послуг, але й підвищує престиж країни, покращуючи її дипломатичні та культурні зв'язки. Також, це стимулює обмін культурними, соціальними та економічними досвідами, зміцнюючи міжнародні відносини та співробітництво. Туристичний потенціал відіграє ключову роль у глобальному сприйнятті країни, її культурній ідентичності та сприяє міжнародній репутації.

1.3 Методи оцінки туристичних ресурсів та потенціалу

Методи оцінки туристичних ресурсів відіграють ключову роль у розвитку туристичної індустрії, дозволяючи визначити не тільки кількість та якість доступних ресурсів, але й їхню здатність задовольняти потреби туристів.

Ретельне вивчення та аналіз кількісних і якісних параметрів допомагають інвесторам, планувальникам та туристичним агенціям приймати обґрунтовані рішення щодо розміщення, розширення та маркетингу туристичних об'єктів. Оцінка таких аспектів, як потенційна ємність ресурсів, сезонність, доступність і вартість використання, а також соціальний вплив, є критично важливими для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності туристичних регіонів.

Основні кількісні та якісні характеристики туристичних ресурсів зображені на рис. 1.4.

обсяг запасів ресурсів, яка включає мінеральні води та екскурсійні маршрути, що визначає потенційну ємність туристичних комплексів
тривалість курортного сезону, яка впливає на сезонність та ритмічність туристичних потоків
–площа розповсюдження впливає на розвиток інфраструктури та напрямки туристичних потоків;
–територіальна зосередженість сприяє розвитку інфраструктури в місцях концентрації ресурсів;
–низька капіталомісткість та вартість експлуатаційних витрат сприяють швидкому розвитку інфраструктури та доходів;
–універсальність ресурсів дозволяє їх використання для різних видів туристичної діяльності, забезпечуючи масовість, унікальність, інформативність та доступність;
соціальні аспекти включають вплив на покращення соціальних параметрів суспільства.

Рисунок 1.4 – Основні кількісні та якісні характеристики туристичних ресурсів

Джерело: складено автором на основі [31, с. 13].

У залежності від цілей оцінки існують кілька основних методів оцінювання туристичних ресурсів. Медико –біологічний підхід включає аналіз впливу природного середовища, такого як клімат і гідромінеральні ресурси, на здоров'я людини. Психолого –естетична оцінка зосереджена на емоційному впливі природи та культури на туристів та їх привабливості. Технологічний підхід дозволяє визначити придатність ресурсів для розвитку туризму і

потенційні витрати на розвиток інфраструктури. Важливо зазначити, що різні підходи можуть давати різні результати; наприклад, гірські та пагорбові рельєфи є естетично привабливими, але менш підходящими для технологічного розвитку [31].

На думку Бойко З., Горожанкіна Н., Горб К. [36], оцінювання туристичних ресурсів може здійснюватися за допомогою різних методів, кожен з яких має свої специфічні підходи та призначення, табл. 1.7. Визначення найефективнішого методу оцінки є ключовим для планування розвитку туристичних територій та залучення інвестицій.

Таблиця 1.7 – Методи оцінювання туристичного потенціалу територій

Метод	Опис
Нормативно – індексний метод	Вивчення актуального стану певного типу рекреаційних ресурсів у порівнянні з нормативним рівнем, який вважається стандартом.
Балансовий метод	Порівняння наявності ресурсів з їх використанням. Цей метод використовується для балансування земель, пляжів, праці тощо.
Графічний метод	Представлення структурної та динамічної композиції індикаторів у формі діаграм і лінійних графіків.
Картографічний метод	Моделювання рекреаційної діяльності за допомогою карт рекреаційних досліджень, яке відкриває значні можливості для отримання нових даних про рекреаційні системи.
Експертний метод	Використання для отримання інформації про потенціал територій, де організовано відпочинок, залежно від думок і оцінок експертів.
Статистичні та математичні методи	Використання для обробки та аналізу рекреаційних ресурсів, використовуючи середні значення, економічні індекси, кореляцію, регресійні моделі тощо.
Метод точкової оцінки	Ідентифікація та характеристика природних рекреаційних ресурсів, які не можуть бути оцінені за абсолютними кількісними значеннями. Також оцінюється придатність місць для організації рекреаційних зон.

Джерело: складено автором на основі [36]

З огляду на представлені методи, можна зазначити, що кожен з них вносить значний вклад у розуміння і використання туристичних ресурсів. Від нормативно –індексного до картографічного та точкового методів оцінки, важливо вибрати найбільш адекватний для конкретного регіону та його унікальних особливостей. Комбінування декількох методів може дати більш

об'ємне уявлення про туристичний потенціал території, що сприятиме ефективному розвитку туристичної індустрії.

Оцінка туристичного потенціалу є багатоетапним процесом, рис. 1.5, що дозволяє аналізувати та планувати розвиток туристичної галузі регіону. Вона починається з формулювання мети дослідження, яке може бути спрямоване на різні аспекти, включно з плануванням, розробкою стратегій та визначенням інвестиційних пріоритетів. Оцінка включає в себе вибір об'єктів та суб'єктів дослідження, визначення ключових показників для аналізу, збір необхідних даних, їх нормування та аналіз результатів.



Рисунок 1.5 – Етапи оцінки туристичного потенціалу

Джерело: складено автором на основі [21, с. 41]

Процес оцінки завершується узагальненням даних, перевіркою отриманих результатів та їх подальшою інтерпретацією, що дозволяє визначити ефективність використання туристичних ресурсів та розробити рекомендації для покращення туристичної привабливості регіону. Отже, цей комплексний підхід сприяє більш обґрунтованому та цілеспрямованому розвитку туристичної інфраструктури.

Для оцінки розміру та ефективності туристичного потенціалу території варто враховувати такі основні показники: загальний обсяг туристичного

потенціалу, його величина та рівень реалізації. Загальний обсяг визначає максимальну кількість туристичних ресурсів, доступних на дану мить. Величина туристичного потенціалу вказує на максимальний об'єм послуг, який може бути наданий за умови оптимального використання наявних ресурсів. Показник реалізації відображає дійсний рівень використання ресурсів і є важливим для оцінювання фактичної ефективності.

Методика оцінки туристичного потенціалу територій включає в себе комплексний підхід до вивчення та аналізу ключових аспектів, які можуть вплинути на розвиток туризму в регіоні. Цей процес охоплює різноманітні підходи до оцінки кількісних і якісних характеристик туристичних ресурсів, які включають природні ландшафти, культурну спадщину, соціально – економічний контекст і інфраструктуру. Розглядаючи різні методики, можна виявити найбільш ефективні способи для оцінки та використання туристичного потенціалу, що сприяє прийняттю обґрунтованих рішень щодо розвитку туристичної галузі в регіоні, табл. 1.8.

Таблиця 1.8 – Методи оцінювання туристичного потенціалу територій

Метод	Основні компоненти	Принципи оцінки
Метод оцінювання за А. В. Дроздовим	Природні і культурні ландшафти; засоби та умови здійснення турів.	Поділ на природні та культурні компоненти, визначення екотехнологічних засобів транспорту та інфраструктури.
Метод оцінювання за Є. Ю. Колбовським	Історичні спадки, унікальні природні об'єкти, місця для відпочинку.	Оцінка наявності та унікальності культурно – історичних і природних об'єктів, визначення потенціалу для різних видів туризму.
Метод оцінювання за Ю. А. Худеньких	Природний, історико – культурний, соціально – економічний компоненти.	Бальна оцінка компонентів на основі їхнього вкладу в масові форми туризму.

Джерело: складено автором на основі [22]

Методики оцінювання туристичного потенціалу, хоча й різняться підходами та критеріями, спрямовані на визначення можливостей території для розвитку туризму. Вони ідентифікують ключові ресурси та оцінюють ефективність їх використання, що важливо для планування стратегій та

розвитку інфраструктури. Ці методи аналізують кількісні та якісні аспекти ресурсів, їх здатність задовольняти потреби туристів, дозволяючи ефективно управляти ресурсами та оптимізувати їх використання.

Загалом, вибір методу оцінки залежить від конкретної ситуації, оскільки кожен метод має свої специфічні вимоги та обмеження, зосереджуючись на різних аспектах – біологічних, медичних, естетичних чи технологічних. Інтеграція декількох методів може надати об'єктивніший аналіз, що критично важливо для розуміння туристичного потенціалу регіону у глобальному контексті.

Отже, виявлено, що методи оцінки туристичних ресурсів та потенціалу мають вирішальне значення для розвитку туристичної індустрії. Різні підходи, включаючи медико –біологічний, психолого –естетичний, технологічний, і статистичні методи, дозволяють всебічно оцінювати та планувати використання туристичних ресурсів. Вибір методу залежить від конкретних цілей та умов території, забезпечуючи ефективність інвестицій та сталість розвитку туристичної галузі. Комбінування декількох методів може забезпечити найбільш точну і об'єктивну оцінку, що сприяє розвитку туристичної інфраструктури та покращує привабливість регіону для туристів.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

За результатами написання першого розділу сформовано такі висновки та узагальнення:

1. Уточнено, що концепція та класифікація туристичних ресурсів має фундаментальне значення для розвитку туристичної індустрії та економіки в цілому. Туристичні ресурси, як природні, так і культурні, є ключовими драйверами для залучення інвестицій і сприяння стійкому розвитку регіонів. Різноманіття класифікацій дозволяє глибше аналізувати і використовувати ці ресурси для підвищення привабливості туристичних напрямків, задоволення потреб різних категорій туристів та адаптації до змінних умов ринку.

2. Встановлено, що туристичний потенціал країни має вирішальне значення для формування її міжнародного іміджу та залучення іноземних інвестицій. Він включає в себе природні, культурні, історичні ресурси та розвинуту інфраструктуру, що разом створюють передумови для розвитку туризму. Високий туристичний потенціал не тільки сприяє економічному розвитку через збільшення туристичних потоків і споживання послуг, але й підвищує престиж країни, покращуючи її дипломатичні та культурні зв'язки. Також, це стимулює обмін культурними, соціальними та економічними досвідами, зміцнюючи міжнародні відносини та співробітництво. Туристичний потенціал відіграє ключову роль у глобальному сприйнятті країни, її культурній ідентичності та сприяє міжнародній репутації.

3. Виявлено, що методи оцінки туристичних ресурсів та потенціалу мають вирішальне значення для розвитку туристичної індустрії. Різні підходи, включаючи медико –біологічний, психолого –естетичний, технологічний, і статистичні методи, дозволяють всебічно оцінювати та планувати використання туристичних ресурсів. Вибір методу залежить від конкретних цілей та умов території, забезпечуючи ефективність інвестицій та сталість розвитку туристичної галузі. Комбінування декількох методів може забезпечити найбільш точну і об'єктивну оцінку, що сприяє розвитку туристичної інфраструктури та покращує привабливість регіону для туристів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА ПОТЕНЦІАЛУ ФРАНЦІЇ

2.1 Аналіз природних туристично –рекреаційних ресурсів

Франція, розташована в Західній Європі, є другою за величиною країною на континенті. Її загальна площа, включаючи острів Корсика, становить 547 030 км². Материкова частина Франції займає 551 500 км² і має чотири різні берегові лінії, що омиваються Північним морем, Ла –Маншем, Атлантичним океаном та Середземним морем (Додаток А). Протяжність берегової лінії материкової частини сягає 3 427 км (2 129 миль) [40].

Франція межує з багатьма країнами: на півночі з Бельгією (620 км) і Люксембургом (73 км), на північному сході та сході з Німеччиною (451 км), Швейцарією (573 км), Італією (488 км) і Монако (4,4 км), на півдні та південному заході з Андоррою (56,6 км) і Іспанією (623 км) [4].

Окрім материкової частини, Франція включає низку заморських департаментів та територій. Заморські департаменти включають Гваделупу і Мартініку у Вест –Індії, Французьку Гвіану у Південній Америці, Реюньйон в Індійському океані та Майотту. Заморські території включають Нову Каледонію, Французьку Полінезію, Волліс і Футуна, а також французькі Південні та Антарктичні землі, такі як острови Кергелен, Крозе, Сен –Поль і Амстердам, і Земля Аделі. Також, є територіальні одиниці з особливим статусом, зокрема, Майотта, Сен –П’єр і Мікелон [4].

Завдяки своєму стратегічному розташуванню та геополітичному значенню, Францію часто називають "центральною країною Західної Європи". Це дозволяє Франції контролювати ключові гірські системи Західної Європи та мати широкі можливості для розвитку туристично –рекреаційних ресурсів.

Географічний поділ Франції включає 13 регіонів (Додаток А). Туристичними районами прийнято поділяти на 6 груп, рис. 2.1 (Додаток Б).

Франція					
Середземноморський (Прованс – Альпи – Лазурний Берег, Лангедок Руссільон)	Південно – західний район (Аквітанія, Пуату – Шаранта, Південь – Піренеї, Лімузен)	Альпійський район (Овернь, Рона – Альпи, Франш – Конте)	Північно – східний район (Пікардія, Нор – Па – де – Кале, Ельзас, Лотарингія, Шампань – Арденни)	Північно – західний район (Нормандія та Бретань)	Столичний (Центральний) район (Іль – де – Франс, Бургундія, Центр – Долина Лаури та Землі Лаури)

Рисунок 2.1 – Туристичні райони Франції

Джерело: складено автором на основі [32]

Найбільш багатими на природні та рекреаційні ресурси вважаються такі регіони: Нова Аквітанія, Овернь –Рона –Альпи, а також Окситанія, через географічне розміщення (Додаток Б).

Франція відома своїми чарівними островами, багато з яких часто залишаються непоміченими туристами. Ці острови, розташовані від тропічного Середземномор'я до скелястого атлантичного узбережжя, демонструють різноманітність клімату та унікальне поєднання культур. Розглянемо найвідоміші острови Франції в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Острови Франції та їх характеристика

Назва	Характеристика
1	2
Корсика	Один з найбільших островів у Середземному морі. Площа становить понад 8 тис. кв. км. Основні міста: Аяччо і Bastia. Піщані пляжі, зелені ліси, скелястий гірський хребет. Доступний на поромі, човні або літаку.
Іль –де –Ре	Розташований біля західного узбережжя Франції, з'єднаний з материком мостом. Популярний серед місцевих жителів. Піші прогулянки та велосипедні маршрути, великі пляжі, ідеальні для серфінгу і вітрильного спорту.
Іль –де – Бреа	Архіпелаг біля північної Бретані, доступний на поромі. Без автомобілів, спокійна атмосфера. Відокремлені пляжі, маяк, місцеві морепродукти.
Іль –дез – Емб'є	Острів біля Французької Рив'єри, належить родині Поля Рікара. Один готель, кілька ресторанів, міні –маркет. Без автомобілів. Доступний катером або поромом.
Поркероль	Частина архіпелагу Золотих островів біля Лазурного узбережжя. Піші та велосипедні маршрути, білий пісок пляжів. Стародавні фортеці, вітряки та маяк з чудовими краєвидами.

1	2
Леван	Острів у Середземному морі, з різноманітним ландшафтом. Національний парк, пляжі для нудистів. Легко доступний поромом. 90% території зайнято ракетним полігоном.
Іль –д'Ар	Архіпелаг з дев'яти островів у Бретані, без автомобілів. Спокійні гавані, зелені пагорби, велосипедні та пішохідні маршрути, лісові кемпінги.
Нуармутьє	Острів в Атлантичному океані, з'єднаний мостом. Відомий своїм спокійним способом життя, музеями, акваріумом, середньовічним замком. Виробництво устриць, картоплі та морської солі.
Груа	Острів у Бретані, недалеко від Лор'єна. Колишнє рибальське село. Зараз відомий фермерськими ринками, недоторканими пляжами, спокоєм, понад 40 км велосипедних доріжок.
Мон Сен – Мішель	Найвідоміший острів Франції після Корсики, приливний острів біля Нормандії. Раніше монастир, релігійне паломництво, в'язниця під час Французької революції. Стародавнє абатство, багато магазинів та ресторанів, об'єкт всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Джерело: складено автором на основі [19]

Рельєф Франції (Додаток В) характеризується трьома основними геологічними областями: древніми герцинськими масивами, північними та західними рівнинами, а також молодими складчастими горами на півдні та південному сході. Значна частина детального рельєфу обумовлена різними відмінностями в стійкості гірських порід до ерозії, а також впливом зледенінь епохи плейстоцену.

Герцинські масиви, сформовані між 345 і 225 мільйонами років тому, включають Арденни, Вогези, Арморианський масив та Центральний масив. Ці високогір'я складені стійкими метаморфічними, кристалічними та осадовими породами палеозойської ери (близько 540 –250 мільйонів років тому). Арденнський масив простягається від Бельгії до Франції та характеризується сланцями і кварцями, утворюючи довгі хребти та відкриті долини. Вогези, підняті альпійськими рухами, мають круті східні схили та пологі західні. Центральний масив, займаючи близько 33 000 квадратних миль (86 000 квадратних кілометрів), межує з долинами Рони і Сони на сході, низовиною Лангедок на півдні, басейном Аквітанії на південному заході та Паризьким басейном на півночі [60].

Паризький басейн, що лежить між Арденнами, Вогезами, Центральним масивом і Арморианським масивом, утворюючи рівні плато таких регіонів, як

Бос, Брі та Іль –де –Франс. На сході ерозія залишила круті уступи, зокрема у Лотарингії і Бургундії.

Південний захід Франції займає Аквітанський басейн, обмежений Піренеями на півдні і Центральним масивом на північному сході, з центральною долиною річки Гаронна. Ланди, між річками Гаронна і Адур, колись були вкриті вересом і болотами, але тепер рекультивовані і засаджені морською сосною.

Молоді гори включають Піренеї, Юру та Альпи. Піренеї, що тягнуться понад 450 км вздовж кордону з Іспанією, мають ряд паралельних хребтів з важкодоступними проходами. Юра, складена складчастим вапняком, досягає висоти 1718 метрів у горі Нейж. Французькі Альпи включають найвищу вершину Західної Європи – Монблан (4807 метрів), і мають великі регіони постійного снігу та льодовиків [60]. Між молодими горами та Центральним масивом розташовані рівнини річок Со́на і Рона, що тягнуться до дельти Рони на Середземному морі. Цей регіон, відомий своєю мальовничою красою і туристичними зонами, також включає Камарг, природний заповідник водно – болотних угідь [60]. Найбільшими гірськолижними курортами Франції є Шамоні у регіоні Овернь –Рона –Альпи, Та –Танья, Марібель, Куршевель та Валь –Торанс в Альпах. Розглянемо технічні характеристики гірськолижних курортів Франції в табл. 2.2. Майже половина території Франції складається з карстових порід, де знаходиться близько 30 тис. печер. Відомі печери: Жан – Бернар в Савойських Альпах (глибина 1602 м), Мірольда (1520 м), зала Верна в печері П'єр –Сен –Мартін (площа майже п'яти футбольних полів), печера Падірак (обладнана для відвідування), і печера Кро –Маньон (з людськими стоянками). Серед головних природних туристичних атракцій Франції – каньйон Вердон (25 км довжини, до 700 м висоти), сформований річкою Вердон, і білосніжна діона Піла (108 м висоти, 500 м ширини, більше трьох км довжини), яка рухається вглиб суходолу на п'ять метрів щороку.

Таблиця 2.2 – Технічні характеристики гірськолижних курортів Франції

Характеристика	Шамоні	Ла –Танья	Марібель	Куршавель	Валь – Торанс
Висота курорту, м	1035	1400	1450	1850	2300
Перепад висот, м	1035 – 3842	1100 – 2738	1100 – 3230	1100 – 3230	1100 – 3230
Загальна довжина трас, км, з них	150	149	150	151	140
Зелені, км	8	33	16	38	16
Сині, км	28	51	69	44	39
Червоні, км	20	49	45	53	70
Чорні, км	10	16	20	16	15
Кількість трас					68
Найдовший спуск, км	23	3,8	11	3	2,25
Довжина бігових трас, км	42	26,5	33	66	4
Кількість підйомників	60	65	136	136	30
Тривалість сезону	Листопад –квітень	Листопад –травень	Листопад – травень	Листопад – травень	Листопад – травень

Джерело: складено автором на основі [50; 5]

Унікальний рельєф регіону Овернь включає близько 80 згаслих вулканів, що займають більше чверті території, з вулканічними масивами і окремими згаслими вулканами неогенового віку. Старі кратери чергуються з молодими, створюючи мальовничі пейзажі з озерами, лісами та луками [32].

Рівнини Франції займають 2/3 від загальної площі країни та включають Паризький басейн, Ельзаську рівнину, Фландрську рівнину та рівнини Луари. Паризький басейн займає центральну частину країни, утворений осадовими пластами вапняків, пісків і глин, які формують родючі плато. Ельзаська рівнина, що межує з Vogezami, річкою Рейн та горами Юра, має алювіальні відкладення, які забезпечують високородючі ґрунти. Фландрська рівнина на півночі охоплює частину англо –бельгійського басейну, де прибережні піщані дюни захищають меліоровані болота. Рівнини Луари характеризуються широкими долинами річки Луари і її притоками, з вапняковими плато та кристалічними підняттями, відомими своєю мальовничою красою і історичними замками [60]. Франція, з її великою береговою лінією, пропонує безліч популярних пляжів для відпочинку. Пляж Санта –Джулія на Корсиці славиться своїми спокійними, синіми водами та ідеально підходить для сімейного відпочинку і водних видів спорту. Пляж Паломбаджіа, також на

Корсиці, відомий прозорим бірюзовим морем та чудовою інфраструктурою, включаючи ресторани та оренду шезлонгів. На цьому ж острові знаходиться пляж Тамаріччіу, який приваблює туристів і місцевих жителів своїм вражаючим виглядом.

На материковій частині Франції розташований фешенебельний пляж Палома Біч між Ніццою і Езе, який приваблює багатих і знаменитих відвідувачів розкішними яхтами. Пляж Пампелон у Сан –Тропе славиться своїм бірюзовим морем, білим піском та розкішною інфраструктурою, включаючи відомі ресторани і клуби. Пляж Рондінара, відомий як «Черепашковий пляж», між Порто Веккьо і Боніфачо на Корсиці, має напівкруглу форму і м'який пісок [23].

Клімат Франції (додаток Г) є різноманітним завдяки великій території та географічному положенню. Більша частина країни лежить у південній частині помірного поясу, південна околиця – у субтропічному поясі. Океанічні впливи з Атлантичного океану та Середземного моря пом'якшують клімат. У північно –західній Франції, зокрема в Нормандії та Бретані, переважає океанічний клімат з низькими річними коливаннями температури та високою вологістю. Наприклад, у Бресті середня температура в січні +6 °С, в липні +16 °С. Бретань має м'який і вологий клімат з частими похмурими днями та сильними вітрами [60]. У східних районах, таких як Ельзас і Лотарингія, домінує континентальний клімат з річною амплітудою середньомісячних температур до 20 °С. У Страсбурзі середня температура в січні 0 °С, в липні +19 °С. Зими тут холодні зі сніговим покривом протягом кількох тижнів [60]. Центральна частина Франції, зокрема Париж, має перехідний клімат. Середня температура в Парижі в січні +3,5 °С, в липні +20 °С. Річна кількість опадів у Парижі близько 580 мм, максимум опадів навесні та влітку [60]. На узбережжі Середземного моря, включаючи Ніццу та Марсель, клімат середземноморський: жарке сухе літо та волога тепла зима. У Ніцці середня температура в липні +23 °С, в січні +8 °С. Річна кількість опадів 430 –500 мм, більшість опадів восени та навесні [60].

Гірські райони, включаючи Альпи, Піренеї та Центральний масив, мають низькі зимові температури, сильні вітри та значну кількість опадів. Сніговий покрив тримається з грудня до кінця квітня на висотах понад 900 м, а в Альпах постійний на висотах понад 2700 м [60].

Середньорічна кількість опадів у Франції становить 600 –1000 мм з рівномірним розподілом протягом року, за винятком узбережжя Середземного моря, де літо майже повністю сухе. Такий клімат створює сприятливі умови для туризму, від пляжів на півдні до гірськолижних курортів у горах [60].

Материкова частина Франції омивається Атлантичним океаном і Середземним морем, як було зазначено раніше. На заході Франція має вихід до Біскайської затоки (Кантабрійське море) та протоки Ла –Манш (Англійський канал), яка відділяє її від Великобританії. На півночі Франція межує з Північним морем, частина якого прилягає до Нормандії. Південне узбережжя Франції омивається Середземним морем, зокрема водами Ліонської затоки та Лігурійського моря, що утворюють відомий курортний регіон Прованс –Альпи –Лазурний берег з популярними містами, такими як Канни, Марсель, Ніцца та Сан –Тропе. Загальна протяжність морських кордонів материкової частини Франції складає близько 5500 кілометрів [17].

Річкові системи Франції визначаються великим вододілом, що проходить через східну частину країни від південного кінця Vogезів до гір Нуар на південно –західному кінці Центрального масиву. Цей вододіл розділяється на плато Лангр та низовинні коридори, перетинаючи юрський край Паризького басейну. Більшість річок великої західної частини Франції, таких як Сена і Луара, беруть початок уздовж цього вододілу. Інші великі річки, такі як Гаронна, Рона і Рейн, починаються в Піренеях і Альпах. Детальна характеристика найбільших річок Франції (Додаток Д) зазначена в табл. 2.3.

Сена, довжиною 780 км, є головною річкою Паризького басейну. Вона з'єднується з притоками Йонною, Марною і Уазою, проходячи через Париж і впадаючи в Ла –Манш у Гаврі. Сена має регулярний потік, але навесні можуть виникати повені, що регулюються водосховищами. Луара, найдовша річка

Франції, протяжністю 1020 км, починається в Центральному масиві і тече на північ, роблячи широкий вигин на захід, щоб увійти в Атлантику. Її потік нерегулярний, і річка є джерелом охолоджувальної води для атомних електростанцій [60].

Таблиця 2.3 – Найдовші річки Франції

Назва	Довжина, км	Площа басейну у Франції, км ²	Розташування
Гаронна	522	56000	Протікає через південно –західну Францію, починаючи з Піренеїв (Іспанія), через Аквітанський басейн до Атлантики.
Луара	1020	115120	Тече з Центрального масиву через центральну Францію, включаючи Орлеан, Тур, Нант, до Атлантичного океану.
Рейн	188	24000	Формує східний кордон Франції, тече через Ельзас до Німеччини та Нідерландів, де впадає в Північне море.
Рона	522	95500	Починається в Альпах, тече через Женевське озеро до Франції, через Ліон до Середземного моря.
Сена	776	78650	Тече через північну Францію, включаючи Париж, та впадає в Ла –Манш у Гаврі.

Джерело: складено автором на основі [2]

Гаронна, довжиною 575 км, протікає через Аквітанський басейн і бере початок в Піренеях. Вона має нерегулярний потік, з високими водами взимку і навесні, але малими влітку і восени. Рона, одна з великих річок південного сходу, довжиною 813 км, бере початок в Альпах і тече через Женевське озеро до Франції. Рона має складний режим з помітними піками навесні і восени. Вона постачає воду для зрошення та атомних електростанцій і відкладає значну кількість алювію в дельті Камарг [60]. Рейн, що утворює східний кордон Франції протягом 190 км, має виражений пізньовесняний і літній пік через танення снігу і льоду в Альпах. Важливі притоки Рейну, такі як Іль, дренують південний Ельзас, а долина Рейну була значно змінена каналами для електроенергії та судноплавства [60]. Озера Франції поділяються на три основні групи за походженням: гірські озера з тало –льодовиковим живленням, рівнинні озера з дощовим живленням і прибережні озера та лимани з дощово –морським живленням (додаток Д). Гірські озера, такі як озеро Блан (глибина

72 м), озеро д'Оо (глибина 70 м), озеро Портийон (глибина 101 м) та озеро Кап –де –Лонг (глибина 130 м), зосереджені переважно в Альпах і Піренеях. Найглибше озеро Франції – озеро Бурже, з глибиною 145 м. Рівнинні озера, характерні для Аквітанської низовини та Французького басейну, такі як пруди Сустон (глибина 1,9 м) та Блан (глибина 2 м), мають неглибокі котловини з плоским дном. Прибережні озера, розташовані біля узбережжя, мають змішане живлення і невелику глибину, наприклад, пруд Ваккарес (площа 44 км², глибина до 2 м) та пруд Фангасье (площа 11 км², глибина до 0,8 м) [18]. Найбільше озеро Франції – озеро Бурже з площею 44,5 км². Озера Франції формувалися внаслідок льодовикових процесів (гірські озера), дощових опадів (рівнинні озера) та змішаного живлення (прибережні озера) [18]. Класифікація озер Франції наведена в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Класифікація озер Франції

Класифікація озер Франції	Характеристика	Приклади
1	2	3
Північні регіони (Пікардія, Верхня і Нижня Нормандія, Норд –па –де – Кале)	Озера в північних регіонах Франції, зокрема Пікардії, Верхньої та Нижньої Нормандії, Норд –Па –де –Кале, характеризуються невеликими розмірами і неглибиною. Вони здебільшого представлені прудами в долинах річок або біля каналів. Лише в більш гористій місцевості з'являються водосховища і глибші озера.	Найбільше озеро – Вал –Жолі (4 км ²), інші озера: Гран –Лак, До Аман, Елет.
Південні регіони (Аквітанія, Лангедок – Руссільйон, Південь –Піренеї, Прованс – Альпи –Лазурний берег)	У південних регіонах Франції озера численні та різноманітні за походженням. Гірські озера відрізняються глибиною і красою, прибережні водосховища – великими розмірами. Тут розташовані кілька найбільших озер країни.	Найбільші озера: Уртен (56,67 км ²), Казо е Сангуїне (55 км ²), Баж –Сіжан (55 км ²), Леюкат (54 км ²), То (75 км ²), Берр (155 км ²).
Західні регіони (Бретань, Землі Луари, Пуату – Шаранта)	Озера на заході Франції переважно рівнинні, з дощовим живленням. Вони розташовані в долинах річок Луара і Шаранта, а також є рукотворні водосховища. Крупних озер майже немає.	Найбільше озеро – Гранд Лье (6,3 км ²), інші великі озера: Резервуар Сен –Мішель (4,5 км ²), Гьорланд (4,0 км ²).

1	2	3
Східні регіони (Ельзас, Франш –Конте, Лотарингія, Рона – Альпи)	Цей регіон відзначається наявністю гірських озер, які мають змішане тало –дощове живлення. Тут розташовані найглибші озера Франції, що підтримуються водами з льодовиків.	Найбільше озеро – Женевське (581,3 км ² , глибина 309,7 м), інші відомі озера: Бурже (глибина 145 м), Аннесі, Иссарлес (138 м), Монтейнар – Авіньоне (115 м).
Центральні регіони (Овернь, Бургундія, Центр –Долина Луари, Шампань –Арденни, Лімузен, Іль –де – Франс)	Озера в центральній Франції переважно рівнинні з дощовим живленням. Багато з них розташовані в долинах річок, таких як Сена і Луара, і є рукотворними водосховищами.	Найбільші озера: Ор'єн (23 км ²), Темпл'є (18,4 км ²), водосховища Сент –Етьєн –Канталес, Гранваль (глибина 79 м), Сарран.
Корсика	На острові Корсика рельєф різноманітний, що зумовлює різні типи озер за живленням. Тут є гірські озера та рівнинні пруди.	Найбільші озера: Бастані, Оспедаль (глибина до 25 м), найбільший пруд – Бигульє (глибина 3 –7 м).

Джерело: складено автором на основі [18]

Водоспади у Франції мають велику естетичну цінність. Найживописнішим є водоспад Гаварні, розташований у Центральних Піренеях на висоті 1600 м. Він є одним з найвищих водоспадів в Європі [32].

Рослинність Франції тісно пов'язана з кліматом і поділяється на дві основні провінції: Голарктичну і Середземноморську. Більша частина країни належить до Голарктичної біогеографічної області, яка охоплює три частини. Західна Франція, на північ від річки Шаранти, має природну рослинність з дуба, каштана, сосни і бука, з частими посадками вересу, рокитника, дріку і орляка. В Аквітанському басейні домінують верес і дрік на плато, а в долинах – різні види дуба, кипариса, тополі та верби. Східна частина країни має центральноєвропейську рослинність з кленом, буком, дубом і модриною, часто з грабом у підліску. Гірські пояси мають букові ліси на менших висотах, змінюючись на смереки, гірську сосну та модрину, з альпійськими луками вище межі лісу (додаток Е) [60].

Середземноморська провінція відзначається вираженою літньою посухою, що сприяє розвитку ксерофітних рослин з вічнозеленими дубами, корковим дубом, вересом, цистусами і лавандою. Зонтичні сосни і кипариси домінують у ландшафті. На плоскогір'ях Руссільйона росте макі з барвистими квітами цистусів і вересу, тоді як найсухіші райони Провансу вкриті кам'яним вересом (гаріга). У Севеннах зустрічається листяний ліс з каштанами на висоті 790 метрів, а на висоті 1370 метрів – субальпійський хвойний ліс з ялиці та сосни [60].

Ліси займають близько 58 000 квадратних миль (15 млн гектарів) Франції, понад чверть території країни. Більшість лісів зосереджено в гірських масивах Арденн, Вогезів, Юри, Альп і Піренеїв, а також на низинних ділянках з бідними ґрунтами, таких як Солонська рівнина. Ліс морської сосни на південному заході Франції вважається найбільшим у Західній Європі. Ліси все частіше використовуються як рекреаційні об'єкти [60].

Фауна Франції типова для Західної Європи. Великі ссавці включають благородного оленя, козулю і дикого кабана. Рідко зустрічаються лані, а в високих Альпах – сарни та реінтродуковані козероги. У лісах і на полях живуть зайці, кролики та різні гризуни. Серед хижаків – лисиці, генети і рідкісні дикі коти. До зникаючих видів належать бореук, видра, бобер, черепаха, бабак Альп, бурий ведмідь і рись Піренеїв. Тюлені майже зникли з узбережжя. Південна Франція є ареалом африканських мігрантів, таких як фламінго, єгипетський гриф, ходуличник, бджолоїдка і ролик.

Система національних парків Франції складається з десяти парків, розташованих як у європейській частині країни, так і на її заморських територіях, табл. 2.5. Управління здійснює урядова агенція – Управління національних парків Франції. Парки охоплюють 2% території європейської Франції і приймають 7 мільйонів відвідувачів щорічно. Крім того, у Франції є структура регіональних природних парків, створена законом від 1 березня 1967 року. Станом на 2009 рік, у Франції налічується 49 регіональних природних парків [25].

Таблиця 2.5 – Найбільші національні парки Франції та їх площа

Назва	Площа, км ²
Вануаз	528,36
Гваделупа	173
Гвіанська Амазонія, тис.	34000
Меркантур	685
Пор –Кро	20
Піренеї	457
Реюньйон	173
Севенн	913
Екрен	918
Каланки	520

Джерело: складено автором на основі [25]

Національні парки Франції займають майже 9% її площі, включаючи великі заповідники та мережу з майже 50 регіональних парків і сотні менших територій, що разом охоплюють ще 7% площі країни. Найбільшим є парк Тюільрі (26 га) з геометрично висадженими деревами, садами, лабіринтом та квітковими клумбами. Національний парк Меркантур, заснований у 1979 році поблизу Ніцци, відомий своїми горами, каньйонами та водоспадами. Парк Пор –Кро охоплює 10 кв. км суші та 80 кв. км акваторії. Вануаз займає 1250 кв. км однойменного гірського масиву в Савойї. Піренеї є однією з небагатьох територій Франції, де живуть беркути і бурі ведмеді, з альпійськими луками і горою Вінемаль (3298 м). Заповідник Каланки відомий своїми геологічними формуваннями з крутими берегами та морем. Заповідник Камарг займає 81 780 га західної частини річки Рона з солончаками, болотами та лагунами [3]. Мережа природоохоронних територій Франції включає також 45 регіональних природних парків, 153 національних заповідників та 161 регіональний заповідник. Найбільша площа природоохоронних територій припадає на Окситанію, регіони Овернь – Рона – Альпи та Гранд –Ест, найменша – на Бретань, Нормандію, Землі Луари, Центр – Долина Луари [32]. Франція володіє понад 700 джерелами мінеральних і термальних вод. Щорічно понад 500 тис. туристів приїждять для оздоровлення та лікування, використовуючи терапевтичний ефект місцевих вод. Мінеральні води поділяються на п'ять

основних класів і використовуються для лікування 12 груп захворювань: ревматологія, респіраторні захворювання, флебологія, серцево – судинні захворювання, гінекологія, урологія, захворювання травного тракту, неврологія, труднощі розвитку, психосоматичні захворювання, дерматологія, хвороби порожнини рота [32]. Найбільше родовищ мінеральних вод зосереджено в Оверні, Окситанії, Новій Аквітанії та Гранд – Ест. Вони відсутні в Бретані, Нормандії, Землях Луари, Центр – Долина Луари. Мінеральні води Франції цінні завдяки високому вмісту сірки, кальцію, натрію, заліза, марганцю, магнію, калію, мисп’яку. Популярні курорти, як Віші, Віттель, Екс – Ле – Бен, використовують води, багаті на магній, сірку та кальцій. Ла – Бурбуль відомий запасами мисп’яковистих вод, найбільшими в Європі. Найгарячіші джерела у ШодзЕг досягають 82°C [32]. Загалом, Франція володіє надзвичайно багатими природними туристично – рекреаційними ресурсами, включаючи різноманітні кліматичні зони, значну кількість національних і регіональних парків, а також мінеральні та термальні води. Вражаючі ландшафти гірських масивів, мальовничі узбережжя, численні острови, річки та озера приваблюють мільйони туристів щороку. Франція продовжує залишатися однією з провідних туристичних країн світу завдяки своєму природному багатству та різноманітності.

Отже, доведено, що Франція має великий потенціал для розвитку туризму завдяки своїм багатим природним туристично – рекреаційним ресурсам.

2.2 Аналіз історико – культурних туристично – рекреаційних ресурсів

Аналіз історико – культурних туристично – рекреаційних ресурсів Франції розкриває багатство її культурної спадщини та значення для світового туризму. Франція володіє 44 236 історико – культурними пам’ятками, що включають замки, музеї, собори та інші видатні об’єкти, які приваблюють мільйони відвідувачів щороку [51]. Це робить країну однією з найважливіших

туристичних DESTИНАЦІЙ у світі, відомою своєю історією, культурою та мистецтвом. Всесвітньо відомі музеї, галереї та пам'ятники, такі як Лувр, Ейфелева вежа та Центр Помпідю, відіграють ключову роль у залученні мільйонів відвідувачів до Франції, яка є найпопулярнішою туристичною країною у світі. У 2023 році кількість музеїв, визначених як «Музей Франції», перевищила 1 200, включаючи національні та недержавні установи, схвалені французьким урядом (Додаток 3). Найбільше музеїв розташовано в регіонах Овернь – Рона – Альпи, Іль – де – Франс та Окситанія. Іль – де – Франс, що оточує Париж, посів друге місце за кількістю музеїв, тоді як сама столиця має найбільшу кількість музейних предметів у Франції, випереджаючи Сен – Жермен – ан – Ле, Марсель і Страсбург [52].

Кількість відвідувачів музеїв Франції у 2019 – 2021 рр. зображена на рис.

2.2.

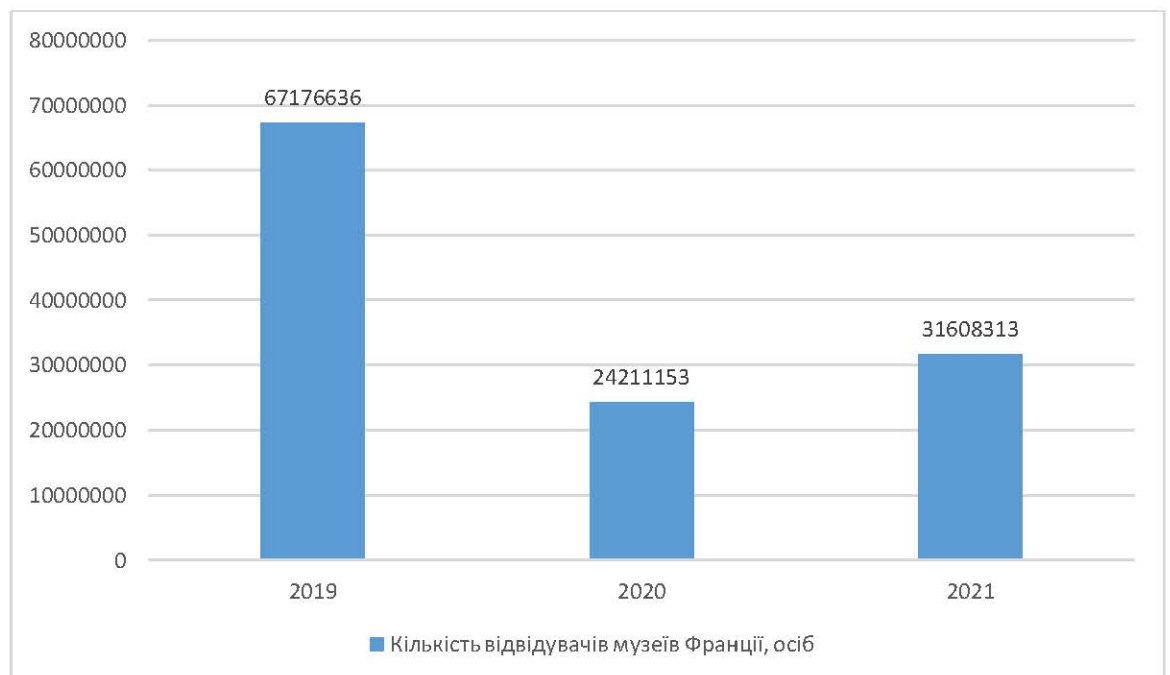


Рисунок 2.2 – Кількість відвідувачів музеїв Франції за 2019 – 2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [45]

Отже, з даних Міністерства культури Франції, кількість відвідувачів музеїв зазнала значних змін у період з 2019 по 2021 рік. У 2019 році музеї країни відвідали 67 176 636 осіб, що відображає стабільну популярність

Франції як культурної дестинації. Однак, у 2020 році через пандемію COVID –19 відвідуваність різко знизилася до 24 211 153 осіб. У 2021 році ситуація дещо покращилася, і кількість відвідувачів збільшилася до 31 608 313 осіб, хоча все ще залишалася значно нижчою за показники 2019 року. Згідно з даними Statista, у 2022 році кількість відвідувачів музеїв Франції значно зроста порівняно з 2021 роком, хоча все ще залишалася нижчою за рівень до пандемії. Національні музеї, підпорядковані Міністерству культури, відвідали 28,5 мільйона осіб. Хоча загальна кількість відвідувачів ще не досягла показників допандемічного періоду, відвідуваність молодих людей у національних музеях досягла п'ятирічного піку. Ці дані стосуються всіх відвідувачів віком до 25 років, які відвідали музеї під час шкільних екскурсій або разом з батьками. У 2022 році, серед розподілу відвідувачів музеїв за супутниками, сім'ї становили другу за чисельністю групу після пар [52]. Розподіл відвідувачів музеїв Франції за походженням за 2022 рік, рис. 2.3.

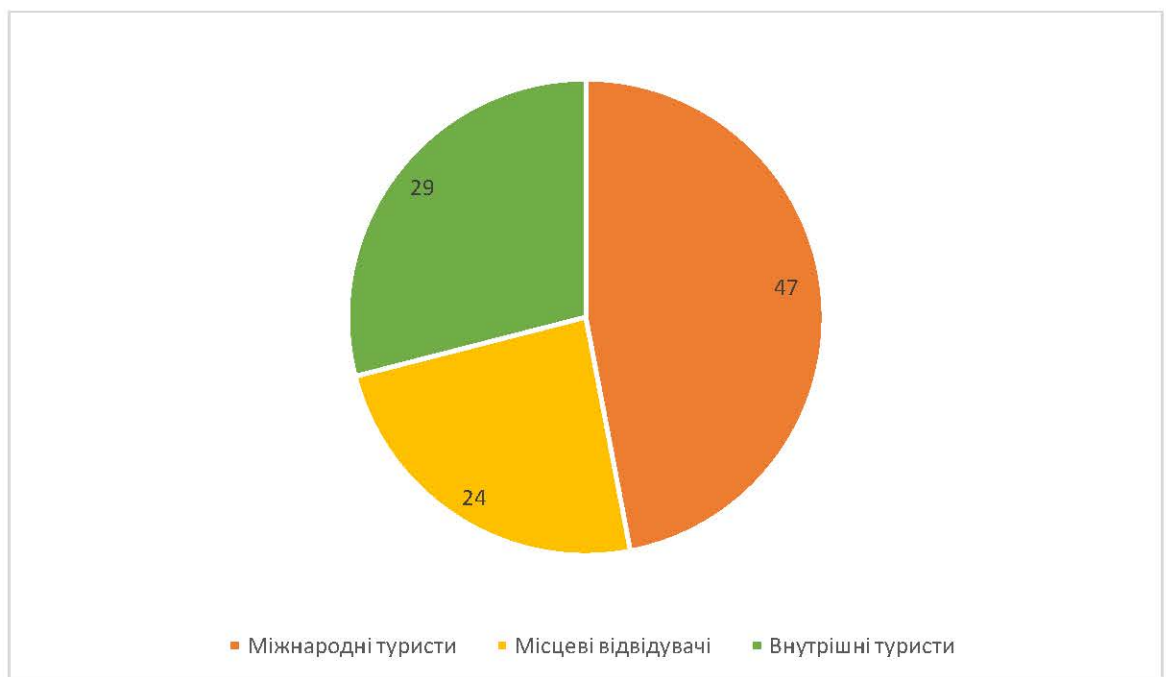


Рисунок 2.3 – Розподіл відвідувачів музеїв Франції у 2022 році за походженням

Джерело: складено автором на основі [38]

У 2022 році розподіл відвідувачів музеїв Франції за походженням був таким: 47% становили міжнародні туристи, 24% – місцеві відвідувачі, а 29% – внутрішні туристи. Це підкреслює значний внесок міжнародних мандрівників у відвідуваність французьких музеїв.

Розглянемо найбільш відвідувані музеї Франції у 2022 році, табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Найбільш відвідувані музеї Франції

№	Музей	Місто	Кількість відвідувачів (2022)	Кількість відвідувачів (до Covid)
1	Музей Лувру	Париж	7,8 млн	10 105 962 (2018 р.)
2	Палац і домен Версаля	Версаль	6,9 млн	8 177 695 (2019 р.)
3	Музей д'Орсе	Париж	3 270 182	3 651 616 (2019 р.)
4	MuСem	Марсель	1 250 000	1 207 663 (2019 р.)
5	Центр Помпиду	Париж	3 млн	3 878 053 (2019 р.)
6	Малий Палац	Париж	1 085 517	1 203 810 (до Covid)
7	Музей армії	Париж	1 071 072	1 525 030 (до Covid)
8	Музей Карнавалет	Париж	1 064 011	1 108 079 (до Covid)
9	Національний музей Оранжереї	Париж	1 013 265	938 281 (до Covid)
10	Музей набережної Бранлі	Париж	1 005 357	1,1 млн (2019 р.)
11	Музей декоративних мистецтв	Париж	901 593	869 797 (до Covid)
12	Велика галерея еволюції	Париж	831 749	838 586 (до Covid)
13	Музей Пікассо	Париж	–	766 764 (до Covid)
14	Musée des Confluences	Ліон	654 601	880 596 (до Covid)
15	Лувр –Лінза	Об'єктив	571 047	863 117 (2013 р.)
16	Музей сучасного мистецтва міста Парижа	Париж	559 355	832 088 (до Covid)
17	Національний музей Огюста – Родена	Париж	550 000	570 000 (2019)
18	Cité du Vin	Бордо	391 000	416 000 (2019)
19	Центр Помпиду, Мец	Мец	222 627	303 608 (2019)
20	Музей автомобілів Мюлуз – Колекція Schlumpf	Мюлуз	187 557	206 000 (2019)

Джерело: складено автором на основі [55]

У 2022 році найбільш відвідуваним музеєм Франції залишався Музей Лувру в Парижі, який прийняв 7,8 мільйона відвідувачів, хоча це все ще нижче допандемічного рівня у 10,1 мільйона відвідувачів у 2018 році. Палац і домен Версаля та Музей д'Орсе також показали високі відвідуваності, залучивши 6,9 і 3,27 мільйона відвідувачів відповідно. Значне зростання відвідуваності відзначено в Центрі Помпиду в Парижі та MuСem у Марселі. Незважаючи на поступове відновлення відвідуваності, жоден з музеїв не досяг показників допандемічного періоду.

Франція має 52 об'єкти Всесвітньої спадщини: 44 культурні об'єкти, 7 природних об'єктів та один змішаний об'єкт (Додаток Л). Серед них вирізняється доісторична печера Пон –д'Арк (Grotte Chauvet –Pont –d'Arc) в Ардеші, відома своїми вражаючими наскельними малюнками, які є одними з найстаріших у світі. Також значущим є римський амфітеатр в Арлі, що свідчить про римську історію регіону. Пон дю Гар, римський акведук, є ще одним визначним об'єктом, який демонструє інженерну майстерність стародавніх римлян. Античний театр в Оранжі, римський архітектурний шедевр, також є важливою археологічною пам'яткою. До найвідоміших належать і монументальні римські руїни в Німі, зокрема квадратний будинок (Maison Carrée) та амфітеатр. Ці місця є свідченням багатой історичної спадщини Франції, яка охоплює періоди від доісторичних часів до римської епохи. Ці археологічні пам'ятки надають уявлення про давню історію та культуру Франції [43]. Найбільша кількість історико –культурних пам'яток зосереджена в Парижі з густотою більше 20 на 100 км² (Додаток К).

Динаміка відвідування національних пам'яток Франції за 2019 –2022 рр. зображена на рис. 2.4.

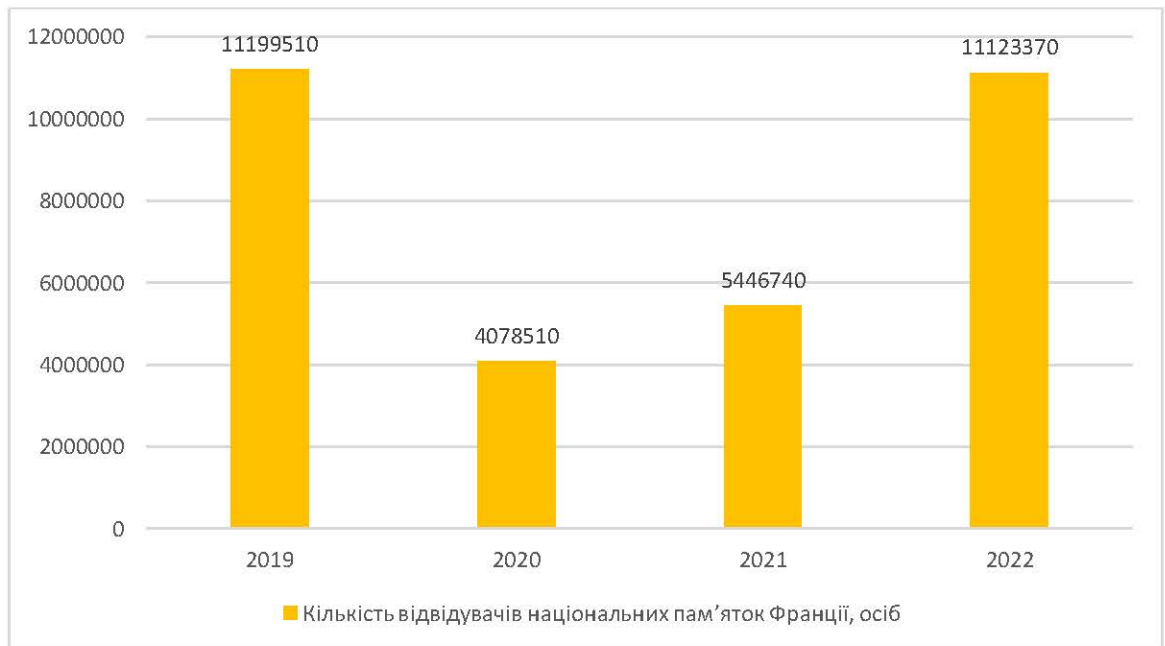


Рисунок 2.4 – Кількість відвідувачів національних пам'яток Франції за 2019–2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [44]

Кількість відвідувачів національних пам'яток Франції зазнала значних змін у період з 2019 по 2022 рік. У 2019 році ці пам'ятки відвідали 11 199 510 осіб. У 2020 році, через пандемію COVID –19, кількість відвідувачів різко знизилася до 4 078 510 осіб. У 2021 році відвідуваність почала відновлюватися, досягнувши 5 446 740 осіб. У 2022 році кількість відвідувачів майже повернулася до рівня до пандемії, склавши 11 123 370 осіб.

Вже у 2023 році національні пам'ятки Франції привернули понад 11 мільйонів відвідувачів, що на 15% більше порівняно з 2022 роком. Це був рекордний рік для французьких історичних пам'яток, що керуються Центром національних пам'яток (CMN). CMN управляє понад 100 історичними об'єктами та садами по всій країні [46].

Серед найбільш відвідуваних пам'яток 2023 року були:

- Триумфальна арка в Парижі: 1,75 мільйона відвідувачів (+7%);
- Абатство Мон –Сен –Мішель: 1,52 мільйона відвідувачів (+23%);
- Sainte –Charpelle в Парижі: 1,63 мільйона відвідувачів (+13%);
- Пантеон в Парижі: 980 000 відвідувачів (+13%);
- Замок і оборонні вали міста Каркассон: 594 990 відвідувачів (+23%)

[46].

Деякі менш відомі пам'ятки також показали значний ріст у відвідуваності:

- Замок Фужер –сюр –Б'євр (Луар і Шер): 30 726 відвідувачів (+95%);
- Вілла Савойя Ле Корбюзьє в Пуассі (Івлін): 36 545 відвідувачів (+58%);
- Замок La Motte Tilly (Aube): 19 020 відвідувачів (+56%) [43].

В загальному, більшість з 110 пам'яток CMN відчували збільшення кількості відвідувачів, а 18 з них прийняли понад 100 000 відвідувачів за рік [46].

Успіх цих місць також пояснюється проактивною політикою CMN, що включає покращення прийому відвідувачів, реставраційні роботи та мистецьке

програмування, створюючи автентичну та модернізовану атмосферу для туристів.

Популярні міста у Франції в 2023 році включають Париж, з його відомими пам'ятками як Тріумфальна арка, Sainte –Chapelle та Пантеон, а також Мон –Сен –Мішель і Каркассон [46].

Таким чином, історико –культурних туристично –рекреаційних ресурсів Франції демонструє величезне багатство культурної спадщини країни. Популярність музеїв і пам'яток, таких як Лувр, Ейфелева вежа та Центр Помпідю, робить Францію однією з найважливіших туристичних дестинацій у світі. Відвідуваність національних пам'яток і музеїв значно зросла у 2022 році після падіння під час пандемії COVID –19, хоча показники ще не досягли допандемічного рівня. Успіх цих об'єктів сприяє стабільному зростанню туристичного інтересу до Франції, підтримуючи її статус провідної країни світового туризму.

2.3 Аналіз інфраструктурних туристично –рекреаційних ресурсів

Франція, як одна з найпопулярніших туристичних дестинацій у світі, демонструє стабільне зростання у секторі туризму. Динаміка кількості туристичних закладів у країні за 2017 –2020 роки відображає цю тенденцію, рис. 2.5.

Кількість закладів індустрії туризму у Франції зросла з 298 414 у 2017 році до 333 350 у 2020 році. Це свідчить про збільшення на 34 936 закладів або приблизно на 11,7% за чотири роки. Така динаміка підкреслює стійке зростання туристичної інфраструктури в країні, що сприяє задоволенню потреб зростаючого потоку туристів. Незважаючи на виклики, такі як пандемія COVID –19, кількість туристичних підприємств у Франції продовжувала збільшуватися, вказуючи на адаптивність та потенціал галузі до відновлення і подальшого розвитку.

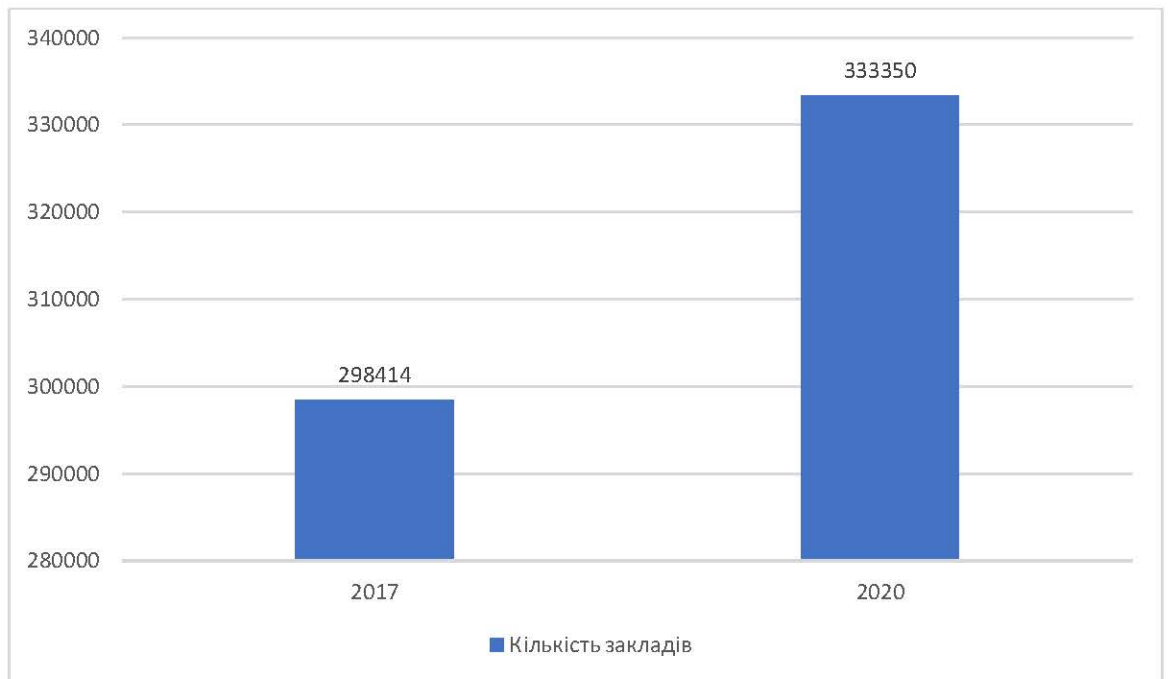


Рисунок 2.5 – Динаміка підприємств індустрії туризму Франції за 2017 –2020 рр.

Джерело: складено автором на основі [41; 42]

Структура кількості підприємств індустрії туризму у Франції за 2017 – 2020 рр. зазначена в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Структура підприємств індустрії туризму Франції за 2017 –2020 рр.

Назва	2017 р.	%	2020 р.	%	Абсолютне відхилення, +/-
1	2	3	4	5	6
Послуги з розміщення відвідувачів	50123	16,80	55287	16,59	5164
Готелі та схожі заклади	23222	7,78	20671	6,20	-2551
Індустрія подачі продуктів харчування та напоїв	196032	65,69	200397	60,12	4365
Пасажирський транспорт	4660	1,56	3902	1,17	-758
Авіаційний пасажирський транспорт	575	0,19	632	0,19	57
Залізничний пасажирський транспорт	19	0,01	13	0,00	-6
Автомобільний пасажирський транспорт	3192	1,07	2229	0,67	-963

1	2	3	4	5	6
Водний пасажирський транспорт	874	0,29	1028	0,31	154
Оренда транспортного обладнання	6420	2,15	4541	1,36	-1879
Туристичні агенції та інші галузі послуг бронювання	8539	2,86	9361	2,81	822
Культурна індустрія	780	0,26	908	0,27	128
Індустрія спорту та відпочинку	31860	10,68	58954	17,69	27094
Всього	298414	100,00	333350	100,00	34936

Джерело: складено автором на основі [41; 42]

З 2017 по 2020 рік кількість підприємств індустрії туризму у Франції зросла на 34936, досягнувши 333350 закладів. Найбільше зростання відбулося в індустрії спорту та відпочинку (+27094) і в послугах з розміщення відвідувачів (+5164). Натомість, кількість готелів та схожих закладів зменшилася на 2 551, а оренда транспортного обладнання знизилася на 1879 підприємств. Це свідчить про значну диверсифікацію туристичної інфраструктури, зокрема, збільшення пропозицій у сфері спорту та відпочинку.

Динаміка кількості закладів які надають послуги розміщення у Франції з 2018 –2021 рр. зображена на рис. 2.6.

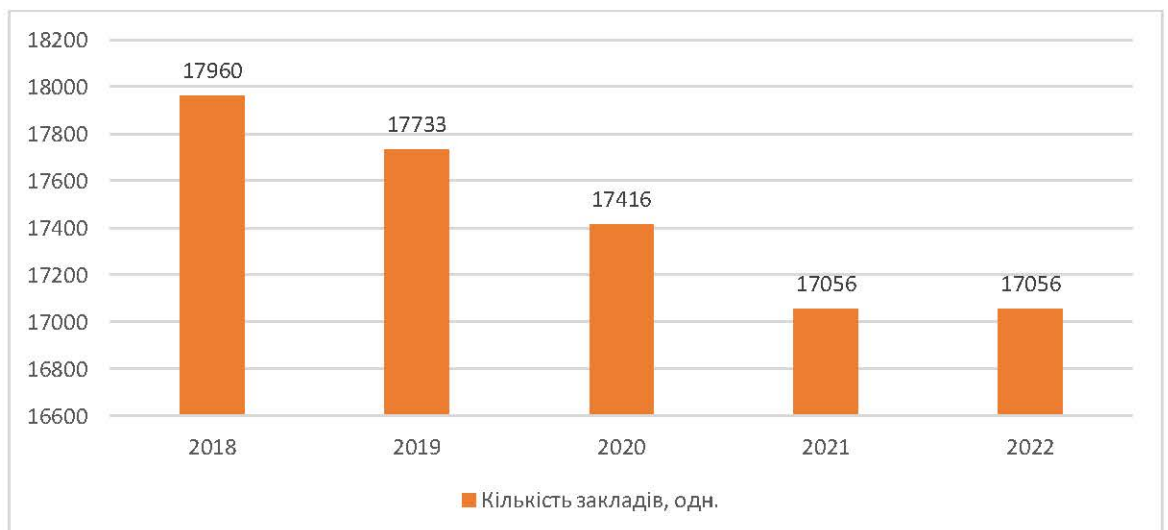


Рисунок 2.6 – Динаміка кількості закладів які надають послуги розміщення у Франції з 2018 –2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [47; 57]

Кількість закладів, які надають послуги розміщення у Франції, зазнала зменшення в період з 2018 по 2021 рік. У 2018 році кількість таких закладів становила 17 960, знизившись до 17 733 у 2019 році. У 2020 році кількість продовжила зменшуватися до 17 416, а у 2021 році досягла 17 056 закладів. Це вказує на загальне скорочення кількості закладів розміщення, зменшення склало 904 заклади або приблизно 5% від 2018 до 2021 року. У 2022 році кількість закладів залишилася стабільною на рівні 17 056, що свідчить про можливу стабілізацію після попередніх років скорочення.

Кількість та місткість готелів та кемпінгів Франції на 2023 рік розглянута в табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Кількість та місткість готелів та кемпінгів Франції на 2023 рік

Категорія	Готелі	Номери готелів	Кемпінги	Кількість мість
1 зірка	361	14023	279	20907
2 зірка	3504	114889	1457	123352
3 зірка	6105	255044	2388	270308
4 зірка	2272	149904	1235	270020
5 зірка	440	26799	260	97520
Поза рейтингом	4168	90965	1813	78996
Всього	16850	651624	7432	861103

Джерело: складено автором на основі [56]

На 2023 рік у Франції налічувалося 16 850 готелів із загальною кількістю номерів 651 624, а також 7 432 кемпінгів із загальною місткістю 861 103 місць.

Трьохзіркові готелі та кемпінги є найпоширенішими та мають найбільшу місткість, з 6 105 готелями і 255 044 номерами та 2 388 кемпінгами і 270 308 місцями відповідно. Це свідчить про популярність середнього класу розміщення серед туристів. Високі класні (4 і 5 зірок) готелі та кемпінги також мають значну присутність, що вказує на добре розвинений сектор розкішного відпочинку. Готелі поза рейтингом складають значну частку, як за кількістю

закладів, так і за кількістю номерів, що вказує на різноманітність пропозицій на ринку. Загалом, індустрія розміщення у Франції є добре розвинутою і пропонує широкий спектр варіантів для різних категорій туристів.

Кількість прибуттів в готелі Франції у розрізі регіонів в 2023, тис. осіб зображено на рис. 2.7.

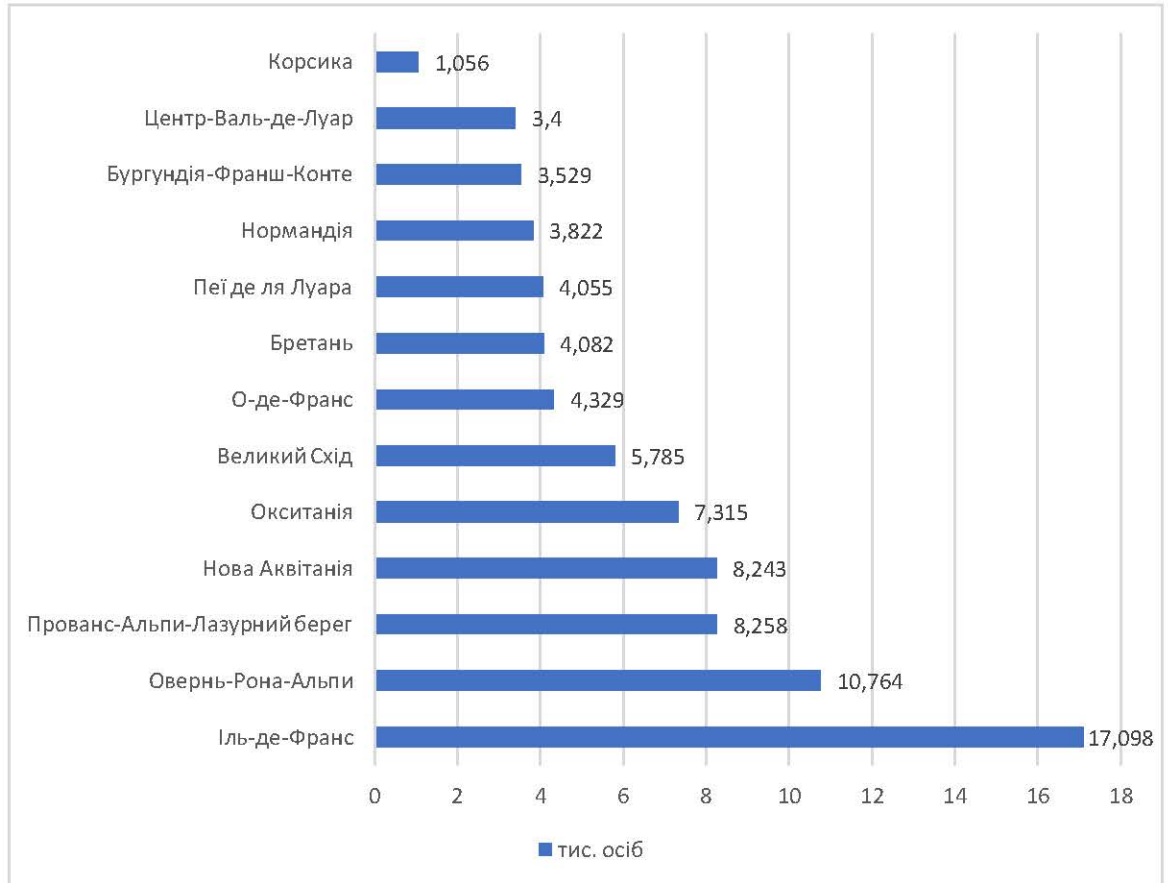


Рисунок 2.7 – Структура прибуттів в готелі Франції у 2023 році у розрізі регіонів, тис. осіб

Джерело: складено автором на основі [53]

У 2023 році найбільша кількість прибуттів у готелі Франції спостерігалася в регіоні Іль –де –Франс, який прийняв 17,098 тисяч осіб. За ним слідують Овернь –Рона –Альпи з 10,764 тисячами осіб та Прованс –Альпи –Лазурний берег з 8,258 тисячами осіб. Регіони Нова Аквітанія та Окситанія також мали високі показники, прийнявши відповідно 8,243 і 7,315 тисяч осіб. Найменше прибуттів було зафіксовано в Корсиці, з показником 1,056 тисяч осіб.

Розглянемо ночівлі у всіх типах закладів розміщення за 2018 –2021 рр., тис. осіб, рис. 2.8.

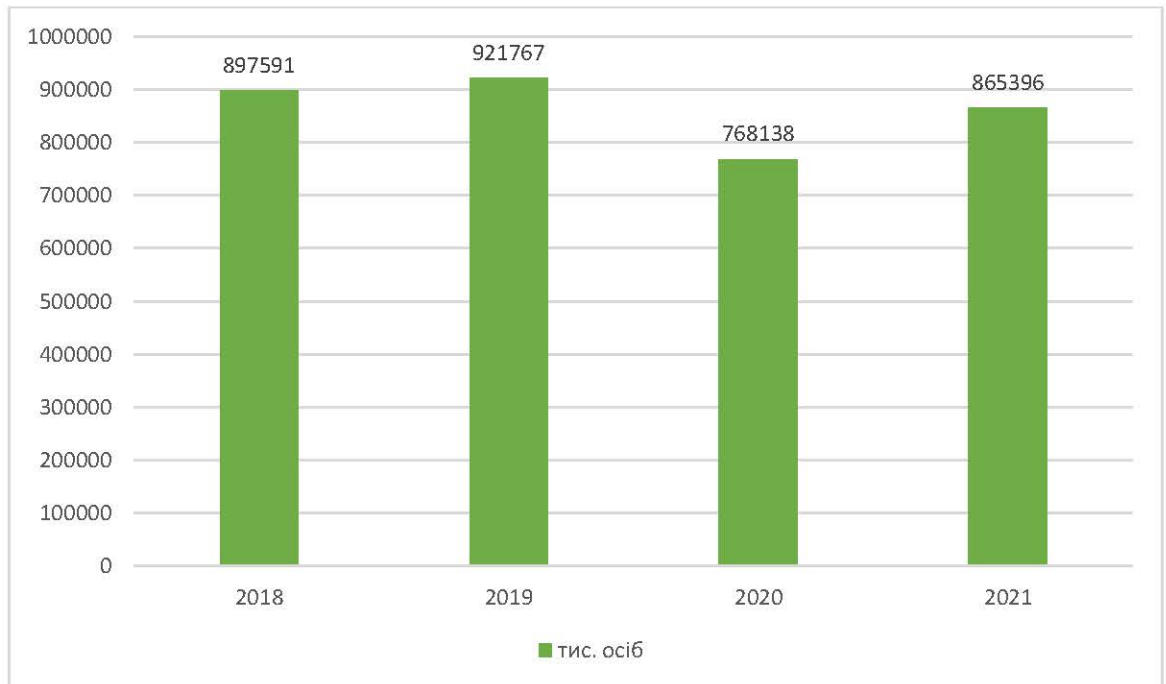


Рисунок 2.8 – Ночівлі у всіх типах закладів розміщення за 2018 –2021 рр., тис. осіб

Джерело: складено автором на основі [42]

З 2018 по 2021 рік кількість прибуттів у готелі Франції коливалася. У 2018 році було зареєстровано 897 591 прибуття, а в 2019 році цей показник зріс до 921 767. У 2020 році, через пандемію COVID –19, кількість прибуттів різко знизилася до 768 138. У 2021 році спостерігалася відновлення, і кількість прибуттів збільшилася до 865 396.

Франція має добре розвинену транспортну інфраструктуру, яка сприяє розвитку туризму в країні. Загальна довжина автошляхів у Франції, станом на 2012 рік, становила 1 028 446 км, включаючи 11 416 км швидкісних автомагістралей. Це забезпечує зручні умови для автомобільних подорожей по всій країні [27].

Станом на 2014 рік, залізнична мережа Франції мала загальну довжину 29 640 км, з яких 15 561 км електрифіковано. Це дозволяє зручно подорожувати країною за допомогою швидкісних поїздів, таких як TGV, які з'єднують

основні міста [27]. У 2013 році у Франції функціонувало 464 аеропорти, з яких 294 мали злітно – посадкові смуги з твердим покриттям. Найбільші аеропорти, такі як Шарль – де – Голль у Парижі, забезпечують міжнародні рейси та внутрішні перельоти, полегшуючи доступ до різних регіонів країни. У 2015 році повітряним транспортом скористалися понад 65 мільйонів пасажирів [27]. Морські порти Франції, такі як Брест, Кале, Дюнкерк, Гавр, Марсель та Нант, грають важливу роль у міжнародних перевезеннях. Поромні термінали в Кале, Шербурі та Гаврі сприяють пасажирському транспорту. Річкова мережа, зокрема судноплавні ділянки Сени, Мааса, Луари, Рони та Гаронни, забезпечує ефективні внутрішні водні перевезення [27]. Міський громадський транспорт у Франції включає метро, трамваї та автобуси, що забезпечують зручне пересування містами. Наприклад, паризьке метро є одним з найбільших та найефективніших у світі. Розвинута транспортна інфраструктура Франції робить її доступною та зручною для туристів, сприяючи легкому пересуванню та насолодженню різноманітними туристичними напрямками.

Отже, Франція має добре розвинену інфраструктуру туристично – рекреаційних ресурсів, що сприяє постійному зростанню туристичного сектору. Кількість туристичних закладів у країні збільшилася у 2020 році, попри виклики пандемії COVID –19. Висока якість транспортної мережі, що включає автошляхи, залізничну систему, аеропорти та водний транспорт, забезпечує зручні умови для подорожей і робить Францію легко доступною для туристів. Ця інфраструктура дозволяє ефективно обслуговувати зростаючий потік туристів, задовольняючи різноманітні потреби відпочинку і подорожей.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

За результатами написання другого розділу сформовано такі висновки та узагальнення:

1. Доведено, що Франція має великий потенціал для розвитку туризму завдяки своїм багатим природним туристично – рекреаційним ресурсам. Країна пропонує різноманітний ландшафт, включаючи гори, озера, річки та узбережжя, які створюють ідеальні умови для різних видів активного відпочинку та рекреації. Численні природні об'єкти, такі як каньйон Вердон, дюна Піла та численні печери, є привабливими місцями для туристів з усього світу. Ці природні багатства сприяють розвитку екотуризму, пішохідного туризму, водних видів спорту та інших активних видів відпочинку. Франція продовжує активно використовувати ці ресурси для залучення туристів і розвитку своєї туристичної галузі.

2. Проаналізовано історико – культурні туристично – рекреаційні ресурси Франції, які включають замки, музеї, собори та інші видатні об'єкти. Всесвітньо відомі музеї, такі як Лувр, Ейфелева вежа та Центр Помпідю, відіграють ключову роль у залученні мільйонів відвідувачів. Культурна спадщина Франції забезпечує багатий культурний досвід для туристів.

3. Розглянуто інфраструктурні туристично – рекреаційні ресурси Франції, що підтверджує високий рівень розвитку туристичної інфраструктури країни. Протягом останніх років спостерігалось стабільне зростання кількості туристичних підприємств, що свідчить про зростаючу спроможність країни приймати та обслуговувати збільшену кількість туристів. Франція має розгалужену транспортну мережу, включаючи автошляхи, залізниці, аеропорти та водний транспорт, що забезпечує легкий доступ до різних регіонів країни.

РОЗДІЛ 3

МЕТОДИКА ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ В
ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Франція на туристичному ринку України

Проаналізувавши показники другого розділу, ми визначили, що Франція має великий потік туристів протягом року. Кількість міжнародних туристичних прибуттів до Франції мають високі показники в Європі. Це свідчить про стабільну популярність країни серед туристів і її привабливість завдяки багатій культурній спадщині, високому рівню сервісу та численним визначним місцям. Розглянемо детальніше кількість міжнародних туристичних прибуттів до Франції за 2018 до 2023 рр., рис. 3.1.

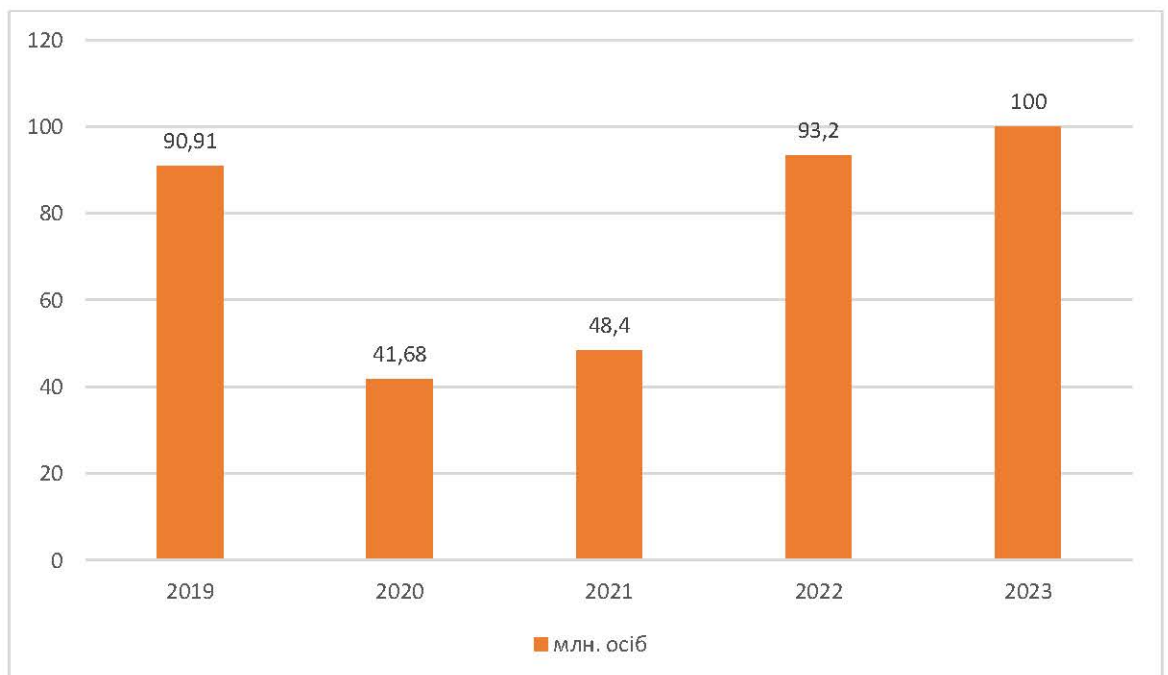


Рисунок 3.1 – Кількість міжнародних туристичних прибуттів до Франції за 2018 до 2023 рр., млн. осіб

Джерело: складено автором на основі [54]

Кількість міжнародних туристичних прибуттів до Франції в 2019 році країна прийняла 90,91 млн осіб, після чого показники різко впали до 41,68 млн

у 2020 році через пандемію. З 2021 року почалося поступове відновлення, і в 2023 році досягнуто рекордних 100 млн туристів, що свідчить про повне відновлення та зростання туристичної галузі.

Аналіз витрат на міжнародний туризм у Франції, млрд. євро, дозволяє оцінити економічний вплив галузі та ефективність туристичних стратегій, розглянемо їх на рис. 3.2.

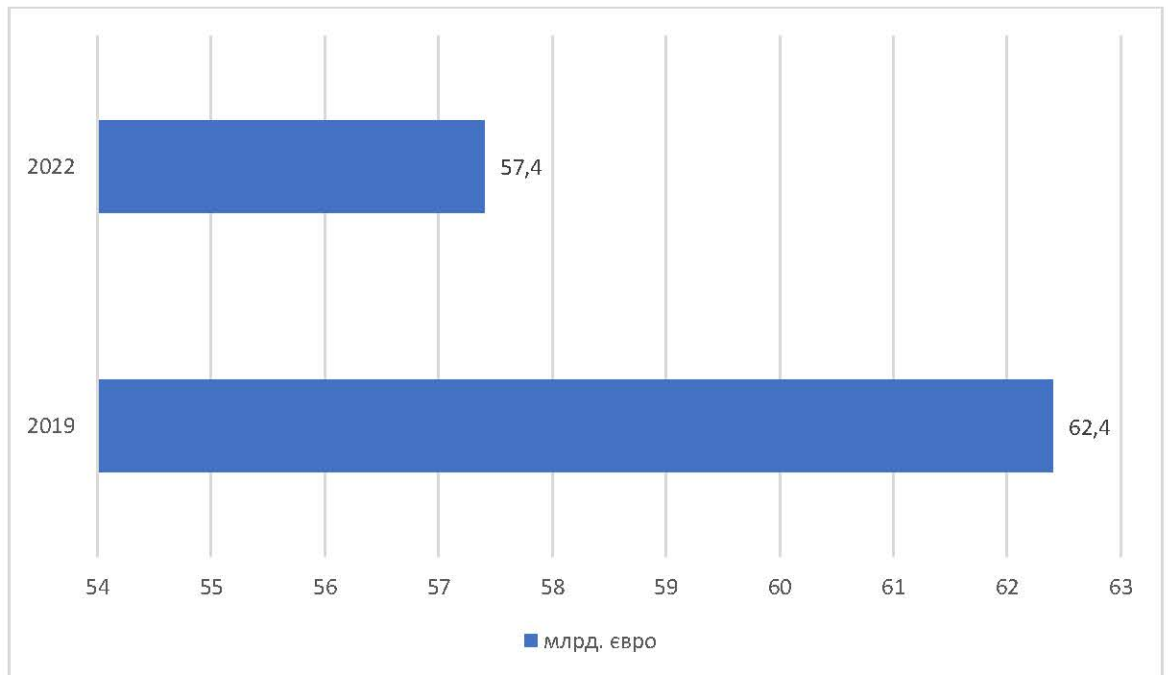


Рисунок 3.2 – Витрати на міжнародний туризм у Франції, млрд. євро.

Джерело: складено автором на основі [49]

Витрати на міжнародний туризм у Франції в 2019 році склали 62,4 млрд євро, а в 2022 році зменшилися до 57,4 млрд євро. Це свідчить про те, що, незважаючи на відновлення туристичних потоків після пандемії, витрати туристів ще не досягли докризового рівня.

Аналіз розподілу витрат на подорожі та туризм у Франції допомагає виявити ключові напрямки витрат туристів, що дозволяє оптимізувати стратегії розвитку індустрії та підвищити ефективність маркетингових кампаній. Розподіл витрат на подорожі та туризм у Франції за 2019 та 2022 роки зазначений на рис. 3.3.

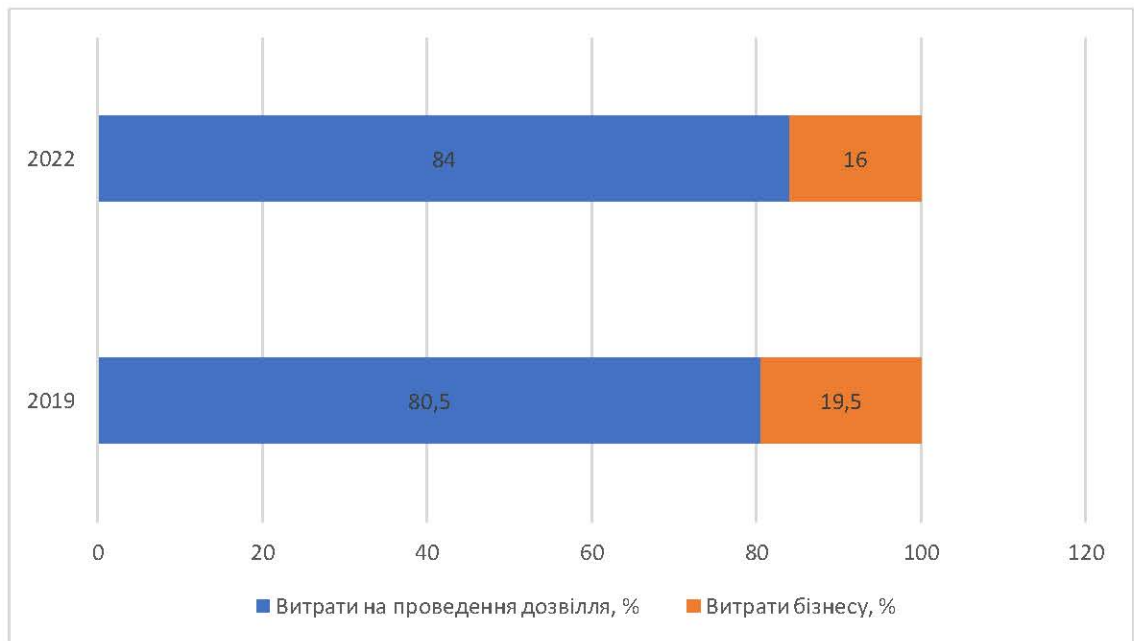


Рисунок 3.3 – Розподіл витрат на подорожі та туризм у Франції за 2019 та 2022 роки

Джерело: складено автором на основі [39]

Згідно з розподілом витрат на подорожі та туризм у Франції за 2019 та 2022 роки, видно, що витрати на проведення дозвілля зросли з 80,5% до 84%, тоді як витрати бізнесу зменшилися з 19,5% до 16%. Це свідчить про зростаючий інтерес туристів до відпочинку та розваг, а також про можливе скорочення ділових поїздок у цей період.

Аналіз розподілу міжнародних туристичних прибуттів до Франції у 2019 та 2022 роках за країнами дозволяє визначити основні ринки –джерела туристів, оцінити зміни в географії турпотоків та ефективніше спрямовувати маркетингові зусилля, рис. 3.4.

Аналізуючи розподіл міжнародних туристичних прибутків до Франції за країнами у 2019 та 2022 роках, видно, що частка туристів з Німеччини зросла з 15% до 17%, тоді як частка з Англії зменшилася з 14% до 13%. Частка туристів з Бельгії, Італії та Іспанії також зросла незначно, тоді як частка з інших країн зменшилася з 44% до 39% [46]. Це свідчить про зміцнення позицій деяких європейських країн як джерел туризму до Франції.

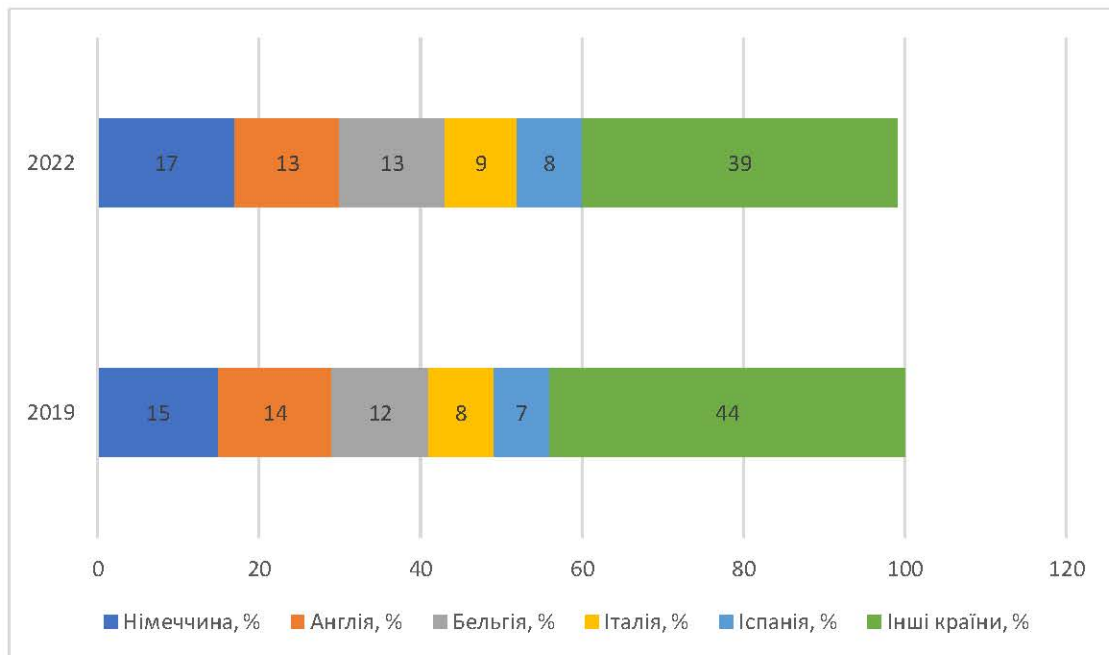


Рисунок 3.4 – Розподіл міжнародних туристичних прибуттів до Франції у 2019 та 2022 роках за країнами

Джерело: складено автором на основі [37]

Використовуючи дані про обсяги онлайн –пошуку, компанія RodicalStorage склала список найпопулярніших туристичних напрямків серед жителів Франції. Лідером серед атракціонів є паризький Діснейленд, зі середньомісячним обсягом пошуку в 450 000 запитів. Друге місце займає місто Авіньйон з 144 000 пошукових запитів на місяць, відоме як колишня резиденція католицьких пап у французькому регіоні Прованс. Інші популярні туристичні визначні пам'ятки включають приливний острів Мон –Сен – Мішель, середньовічну цитадель Каркассон та портове місто Гавр у Нормандії [47].

Згідно з туристичною статистикою Франції за 2024 рік від компанії RadicalStorage, серед тих, хто відвідав Францію у 2021 році, 28,3% обрали міські напрямки як найпопулярніші. Наступними за популярністю були морські узбережжя (21,1%) та сільська місцевість (19,4%) [47].

Кількість ночей, які іноземні відвідувачі проводять у Франції, залежить від ряду факторів, включаючи регіон походження туристів. Аналіз міжнародних прибуттів з ЄС, Північної та Південної Америки, Азії, Африки

та Океанії показує, що відвідувачі з ЄС найчастіше зупиняються лише на одну ніч, причому 17,2% з них залишаються лише на ніч. Однак найбільша частка відвідувачів з ЄС (24,2%) перебувають у Франції 4 –6 днів. Мандрівники з Африки, навпаки, схильні залишатися на довший період: 57,1% з них перебувають у Франції 7 днів або більше [47].

Загальна кількість виїзних туристів в Україні у 2020 році становила 1758107 осіб, а ц 2019 – 4786594 осіб, що менше на 36,7% [20]. Розглянемо динаміку виїзного туризму до Франції громадян України з 2017 до 2020 рр., рис. 3.5.

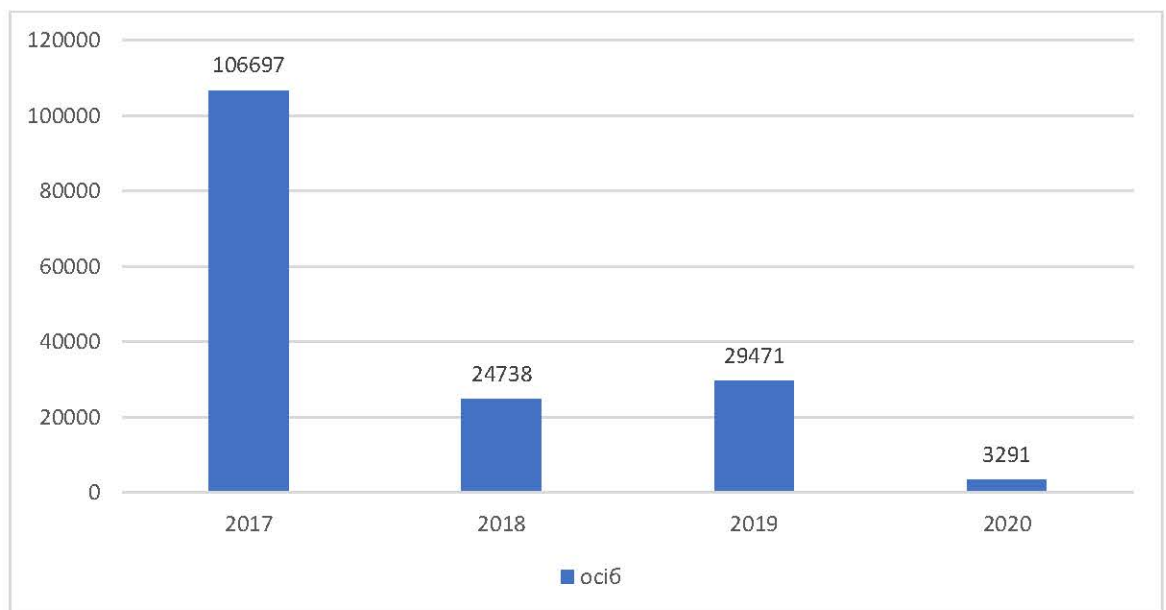


Рисунок 3.5 – Динаміка виїзного туризму до Франції громадян України 2017–2020 рр., осіб

Джерело: складено автором на основі [20]

Аналізуючи динаміку виїзного туризму до Франції громадян України за 2017 –2020 роки, спостерігається значне зменшення кількості туристів: з 106 697 осіб у 2017 році до 3 291 особи у 2020 році. Особливо різке зниження відбулося у 2020 році, ймовірно, через пандемію COVID –19 та пов'язані з нею обмеження на подорожі.

Відомо, що близько 69 000 українців знайшли притулок у Франції станом на січень 2024 року, такий потік мігрантів може збільшити приплив

українських туристів з метою побачитись і з друзями і з рідними, що може повпливати на популярність цього напрямку в Україні [59].

Туристична оператор Tangotravel пропонує такі тури: «L'amour en trois: ти, я і Париж!», «Від Ван –Гога до Ейфеля: Амстердам –Париж», «Париж десерт», «В цьому році в моді лазурний: Ніцца, Монако, Портофіно», «Від Ван –Гога до Ейфеля: Амстердам –Париж (Новорічний!)». Компанія також пропонує комбіновані тури в різні країни Європи, в які входить Франція [29].

Туристична агенція Бомба –Тур пропонує такі тури: «Побачити Париж і закохатися», «Париж та Нормандія», а також комбіновані тури «В обіймах Альп: Австрія, Франція, Швейцарія» [30].

Туристична агенція Поїхали з нами пропонує такі тури: «Салют, Париж!», «Французький поцілунок!!!», «Маленька французька подорож Париж, Діснейленд +Нюрнберг», «Французька для початківців Париж+ Діснейленд», «Солодкий круасан – Париж», тощо. Ця агенція надає найбільш різноманітні тури на будь –яку тематику, включаючи як гастрономічні тури так і екскурсійні [7].

Отже, Франція залишається популярною туристичною дестинацією для громадян України. Відновлення турпотоків свідчить про сталий інтерес до культурних та історичних багатств країни. Рекомендується створити новий тур для українських туристів під назвою "Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег", який включатиме відвідування найвідоміших визначних пам'яток Парижа, мальовничого Провансу та відпочинок на Лазурному березі, підрозділ 3.3.

3.2. Методика розробки туру

Розробка туру складається з певних етапів, кожен з яких є критично важливим для створення якісного та конкурентоспроможного туристичного продукту, табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Етапи розробки туру

Етап розробки	Опис
Передпроектний етап	
Моніторинг ринку	Оцінка поточного стану туристичного ринку, аналіз попиту та пропозиції, виявлення тенденцій і прогнозів, оцінка конкурентоспроможності туристичного підприємства
Вибір ринкової стратегії та тактики виходу на туристичний ринок	Визначення цільових ринків, вибір стратегій для залучення клієнтів, розробка маркетингових планів і заходів
Оцінка обраного ринкового сегменту	Аналіз специфіки та потреб цільової аудиторії, визначення її розміру та потенціалу для розвитку
Попереднє визначення параметрів туру	Встановлення основних характеристик туру, таких як тривалість, маршрут, види послуг та рівень обслуговування
Проектний етап	
Розробка схеми туру	Планування маршруту, визначення ключових зупинок і основних визначних пам'яток, розробка програми подорожі
Організаційно –технічні заходи	Визначення класу обслуговування, укладання угод з готелями, підприємствами харчування, транспортними підприємствами, екскурсійними бюро та іншими постачальниками послуг
Визначення економічних параметрів турпродукту	Розрахунок вартості туру, визначення цінової політики, оцінка рентабельності та фінансових ризиків
Ринковий етап	
Просування туру на ринок	Розробка та реалізація рекламних кампаній, використання різних каналів для залучення клієнтів, співпраця з турагентствами та іншими партнерами
Пошук споживачів і реалізація	Активна робота з потенційними клієнтами, проведення презентацій, участь у виставках та інших заходах для просування туру
Організація подорожі	Координація всіх етапів подорожі, забезпечення якості послуг, контроль виконання договірних зобов'язань
Удосконалення туру та його окремих складових після здійснення подорожі	Збір відгуків від клієнтів, аналіз результатів, внесення коректив для покращення якості послуг та підвищення задоволеності клієнтів

Джерело: складено автором на основі [16]

Додаткові моменти розробки туру включають детальний збір даних про обрані туристичні місця, враховуючи їхню історичну, культурну та розважальну цінність. Потрібна інформація про наявні готелі, ресторани, транспортні засоби, екскурсійні програми та інші послуги, що надаються у кожному пункті маршруту. Також необхідно врахувати сезонність, кліматичні умови та можливі ризики для туристів.

Важливо підготувати інформаційні матеріали для туристів, включаючи докладний маршрут, контактну інформацію місцевих служб підтримки,

рекомендації щодо безпеки, список необхідних документів, поради щодо місцевих звичаїв та основних фраз іноземною мовою. Туристам також варто надати картографічні матеріали, путівники та інформаційні листки про визначні пам'ятки.

Правильний розрахунок вартості туру включає визначення собівартості всіх складових туру: проживання, харчування, транспорт, екскурсії, страхівка та інші послуги. До собівартості додають адміністративні витрати, податки, комісії та бажаний прибуток. Розрахунки проводяться з урахуванням можливих знижок, акцій та змін у цінах. Важливо також передбачити резервний фонд для непередбачених витрат і ситуацій.

Отже, розробка туру потребує ретельного планування, збору інформації та аналізу даних для створення конкурентоспроможного та привабливого туристичного продукту, який відповідає очікуванням і потребам клієнтів.

3.3. Розробка культурно –пізнавального туру «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег» для туристів з Києва

Культурно –пізнавальний тур призначений для глибокого знайомства з історичними, культурними та природними пам'ятками Франції. Тур включає відвідування значущих місць, екскурсії з професійними гідями, а також час для відпочинку та самостійного дослідження місцевих визначних пам'яток.

Тур «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег» пропонує незабутню подорож трьома найвідомішими регіонами Франції. Починаючи з романтичного Парижа, туристи відвідають величні замки, музеї та парки. У Провансі вони зможуть насолодитися мальовничими пейзажами та культурною спадщиною. Завершиться подорож на Лазурному березі, де можна насолодитися теплим середземноморським кліматом і розкішними курортами.

Загальна тривалість туру 8 днів/7 ночей

Тур призначений для людей середнього віку та старших, сімей, пар та індивідуальних мандрівників з Києва, які зацікавлені у культурі, історії та

природних красотах Франції. Виїзд буде відбуватись з Києва до Варшави та літаком до Парижу у перший день, карта маршруту зазначена на рис. 3.6. Згідно з програмою, тур включає в себе відвідування екскурсій, під час яких туристи матимуть змогу оглянути найвизначніші пам'ятки кожного регіону. У Парижі учасники туру відвідають Ейфелеву вежу, Тріумфальну арку, Єлисейські поля, Лувр, Версаль та здійснять вечірню прогулянку по Монмартру. В Провансі туристи ознайомляться з історичними і культурними скарбами Авіньйону, Папським палацом, Пон – дю – Гару, а також відвідають Сен – Ремі – де – Прованс, Лез – Бо – де – Прованс, Арль, Горду, Рюшка – сюр – Сьян і Фонтен – де – Воклюз. На Лазурному березі учасники туру зупиняться в Ніцці та матимуть змогу відвідати Монако, включаючи Монте – Карло, Океанографічний музей та Княжий палац. Кожного дня програма завершується вільним часом для самостійних прогулянок, відпочинку на пляжі або відвідування місцевих ресторанів.

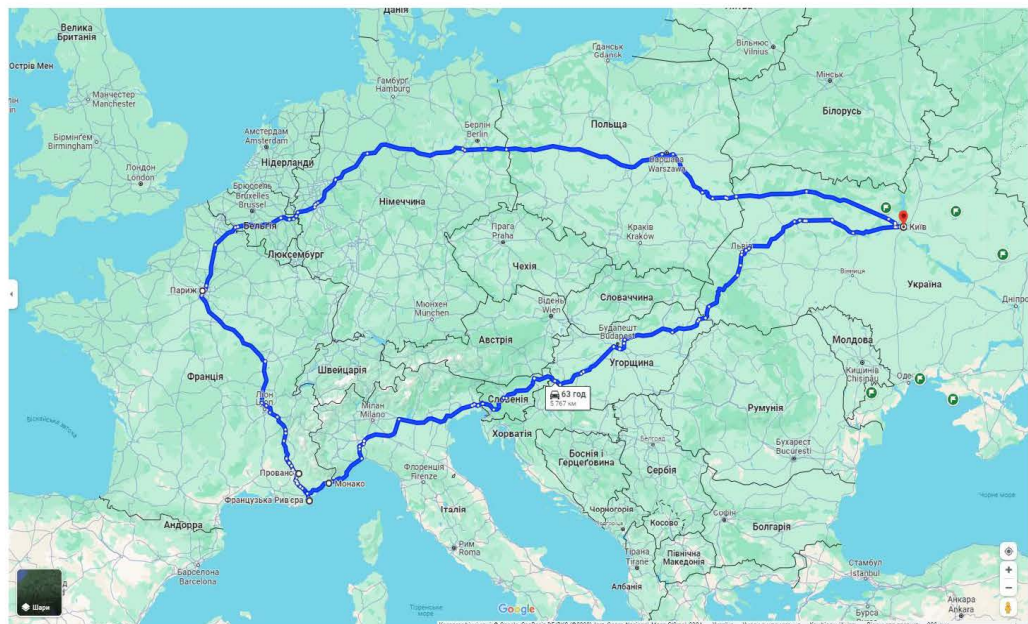


Рисунок 3.6 – Маршрут туру «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег»

Джерело: складено автором за допомогою Google Maps.

Програма туру зазначена в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Програма туру «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег»

День туру	Програма
1	2
День 1 Прибуття в Париж	Прибуття з Києва до Варшави. Переліт Варшава –Париж. Трансфер до готелю. 14:00 – Розміщення в обраному готелі в центрі Парижа. Дозвілля. 19:00 – Вечеря в елегантному ресторані з французькою кухнею. 20:30 – Вільний час для прогулянок містом.
День 2 Відкриття Парижа	08:00 – Сніданок в готелі. 09:00 –13:00 – Оглядова екскурсія по Парижу: Ейфелева вежа, Триумфальна арка, Єлисейські поля. 13:00 –14:00 – Обід в кафе (не включено у вартість). 14:00 –18:00 – Відвідування Лувру. 18:00 –20:00 – Вечірня прогулянка по Монмартру. 20:00 – Вільний час.
День 3 Історичний Париж і Версаль	08:00 – Сніданок в готелі. 09:00 –13:00 – Поїздка до Версалью: екскурсія по палацу і садам. 13:00 –14:00 – Повернення до Парижа, обід (не включено у вартість). 14:00 –18:00 – Вільний час для відвідування магазинів або прогулянок. 19:00 –20:00 – Вечірня прогулянка по Сені на катері (опціонально). 20:00 – Вільний час.
День 4 З Парижа до Провансу	08:00 – Сніданок в готелі. 09:00 –12:00 – Вільний ранок у Парижі для самостійних прогулянок або відвідування музеїв. 12:00 –17:00 – Переїзд до Провансу. 17:00 – Прибуття, поселення у готель. 19:00 – Вечеря у місцевому ресторані. 20:00 – Вільний час.
День 5 Мальовничий Прованс	08:00 – Сніданок в готелі. 09:00 –13:00 – Екскурсія по Провансу: відвідування Авіньйону, Папського палацу, Пон –дю –Гару, Сен –Ремі –де –Прованс, Лез –Бо –де –Прованс. 13:00 –14:00 – Обід у традиційному ресторані (не включено у вартість). 14:00 –18:00 – Продовження екскурсії: відвідування Арля, Горда, Рюшка –сюр –Сьян і Фонтен –де –Воклюз. 18:00 – Повернення до готелю. 19:00 – Вільний час.
День 6 З Провансу до Лазурного берега	08:00 – Сніданок в готелі. 09:00 –13:00 – Переїзд до Лазурного берега з зупинкою у Ніцці. 13:00 –14:00 – Обід у кафе (не включено у вартість). 15:00 – Поселення у готель на Лазурному березі. 16:00 –20:00 – Вільний вечір для прогулянок або відпочинку на пляжі. 20:00 – Вільний час.

1	2
День 7 Лазурний берег та Монако	08:00 – Сніданок в готелі. 09:00 –13:00 – Відвідування Монако: екскурсія по Монте –Карло, Океанографічний музей, Княжий палац. 13:00 –14:00 – Обід у кафе (не включено у вартість). 14:00 –19:00 – Вільний час на пляжі. 19:00 – Прощальна вечеря у ресторані. 20:00 – Вільний час.
День 8 Від'їзд до Києва	08:00 – Сніданок в готелі. Вільний час до виїзду. 12:00 – Трансфер до аеропорту Ніцци. 15:00 – Виліт до Варшава.

Джерело: складено автором

У вартість туру входять авіапереліт Київ – Варшава – Париж та Ніцца – Варшава – Київ, всі трансфери за програмою туру, проживання у готелях (4*) протягом 7 ночей, щоденні сніданки у готелях, вечеря у день прибуття у Париж, вечеря у день прибуття у Прованс та прощальна вечеря у ресторані на Лазурному березі. Також включено екскурсії згідно з програмою. Учасники туру матимуть послуги професійних гідів, медичне страхування та супровід представника туроператора протягом всього туру.

Додаткові витрати включають обіди та вечері, що не зазначені в програмі, особисті витрати, такі як сувеніри, напої та додаткові послуги у готелях. Туристи також самостійно оплачують вечірню прогулянку по Сені на катері, вхідні квитки до музеїв та визначних місць, не включених у програму, страхування від нещасних випадків, візові збори (якщо необхідно) та додаткові екскурсії та розваги, які не входять у програму туру.

Таким чином, тур «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег» надає можливість детально ознайомитися з романтичним Парижем, мальовничим Провансом та розкішним Лазурним берегом, забезпечуючи комфортне проживання, професійні екскурсії та якісний супровід. Цей тур ідеально підходить для тих, хто хоче поєднати культурне збагачення з відпочинком у найкрасивіших регіонах Франції.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 3

За результатами написання третього розділу сформовано такі висновки та узагальнення:

1. Виявлено, що Франція є стабільно популярною туристичною дестинацією для громадян України, незважаючи на значне зменшення кількості туристів у 2020 році через пандемію COVID –19. Аналіз показав, що після різкого падіння у 2020 році, туристичний потік до Франції поступово відновився, досягнувши рекордних 100 млн туристів у 2023 році. Витрати на міжнародний туризм у Франції також показали поступове відновлення, хоча ще не досягли докризового рівня. Популярність країни пояснюється її багатою культурною спадщиною, високим рівнем сервісу та численними визначними місцями. На основі цього аналізу, було рекомендовано створити новий тур для українських туристів по популярним містам Франції, адже туристичні компанії пропонують більше комбіновані тури в Європу, чим по самій країні.

2. Розглянуто основні етапи розробки туру, які включають передпроектний, проектний та ринковий етапи. Ці етапи охоплюють моніторинг ринку, розробку схеми туру, організаційно –технічні заходи, просування туру, пошук споживачів та удосконалення на основі зібраних відгуків. Додаткові аспекти включають збір інформації про туристичні місця та правильний розрахунок вартості туру.

3. Розроблено культурно –пізнавальний тур «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег», який пропонує глибоке знайомство з історичними, культурними та природними пам'ятками Франції. Тур включає відвідування найвизначніших місць Парижа, Провансу та Лазурного берега, забезпечуючи комфортне проживання та професійний супровід. Цей тур ідеально підходить для тих, хто хоче поєднати культурне збагачення з відпочинком у найкрасивіших регіонах Франції.

ВИСНОВКИ

Результати проведеного дослідження дозволили сформулювати такі висновки та узагальнення.

1. Виявлено, що туристичні ресурси є фундаментальними для розвитку туристичної індустрії та мають значний вплив на економіку, культуру та соціальні аспекти регіонів. Поняття "туристичні ресурси" включає широкий спектр елементів, від природних до культурних і технологічних, кожен з яких сприяє привабливості туристичних напрямків. Класифікація туристичних ресурсів допомагає більш цілеспрямовано підходити до їх оцінки та використання, забезпечуючи стійкий розвиток туризму. Однак, для ефективного використання та збереження цих ресурсів необхідні ретельні дослідження та оцінка.

2. Доведено, що туристичний потенціал країни складається з природних, культурних, історичних, економічних та інфраструктурних ресурсів, які разом формують її здатність приваблювати туристів та сприяти економічному розвитку. Важливими компонентами є рекреаційні можливості, культурна спадщина, зручна транспортна інфраструктура та засоби розміщення. Ефективне використання цього потенціалу вимагає урядової підтримки, сприятливих умов для інвестицій та розробки маркетингових стратегій, що в підсумку покращує економіку країни та добробут населення.

3. Доведено, що оцінка туристичних ресурсів та потенціалу є багатофакторним процесом, який включає кількісні та якісні параметри, необхідні для стратегічного планування та розвитку туристичної індустрії. Використання різних методів оцінки, таких як нормативно –індексний, балансовий, експертний та картографічний, дозволяє отримати всебічне розуміння туристичних ресурсів регіону. Це сприяє прийняттю обґрунтованих рішень щодо інвестицій, маркетингу та управління туристичними об'єктами, забезпечуючи стаке зростання та конкурентоспроможність туристичних напрямків.

4. Проаналізовано природні туристично –рекреаційні ресурси Франції, включаючи географічне розташування, рельєф, кліматичні зони, гірськолижні курорти, острови, річкові системи, озера та національні парки. Франція, з її різноманітним ландшафтом та багатими природними ресурсами, залишається однією з провідних туристичних країн світу, приваблюючи мільйони туристів своїми мальовничими горами, узбережжями, термальними водами та біорізноманіттям.

5. Проаналізовано історико –культурні туристично –рекреаційні ресурси Франції, включаючи численні замки, музеї, собори та інші видатні об'єкти, що приваблюють мільйони відвідувачів щороку. Розглянуто найбільш відвідувані музеї, національні пам'ятки та об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, які відображають багату культурну спадщину країни. Незважаючи на вплив пандемії COVID –19, відвідуваність історичних та культурних місць поступово відновлюється, що підкреслює значний туристичний потенціал Франції.

6. Проаналізовано інфраструктурні туристично –рекреаційні ресурси Франції, зокрема зростання кількості туристичних закладів у країні, структуру підприємств індустрії туризму, динаміку кількості закладів розміщення та розвиток транспортної інфраструктури. Франція має добре розвинену транспортну мережу, включаючи автошляхи, залізничну систему, аеропорти та водний транспорт, що забезпечує зручний доступ до туристичних напрямків. Ці фактори сприяють постійному зростанню туристичного сектору та ефективному обслуговуванню зростаючого потоку туристів.

7. Визначено, що Франція залишається популярним напрямком для українських туристів, незважаючи на значне зниження кількості виїзних турів через пандемію COVID –19. У 2023 році спостерігається відновлення інтересу до подорожей до Франції, що підтверджується зростанням кількості міжнародних туристичних прибутків. Туристичні оператори пропонують різноманітні тури, які включають відвідування Парижа, Лазурного берега та інших визначних місць, що сприяє сталому інтересу українських туристів до Франції.

8. Описано етапи розробки туристичного туру, що включають передпроектний, проектний та ринковий етапи, кожен з яких детально розглядає ключові аспекти планування та реалізації туристичного продукту. Також зазначено важливість збору інформації про туристичні місця, підготовку інформаційних матеріалів для туристів та правильний розрахунок вартості туру.

9. Розроблено культурно –пізнавальний тур «Французька класика: Париж, Прованс та Лазурний берег» для туристів з Києва. Тур триває 8 днів/7 ночей і включає відвідування ключових історичних та культурних пам'яток у Парижі, Провансі та на Лазурному березі. Програма туру передбачає екскурсії з професійними гідами, проживання у готелях 4*, щоденні сніданки, декілька вечерь та трансфери між регіонами. Тур забезпечує глибоке занурення в культурну спадщину Франції, поєднуючи пізнавальні екскурсії з відпочинком.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білозубенко В. С., Разінькова М. Ю., Небаба Н. О. Економіка туризму. *Агросвіт*. 2020. № 19–20. С. 32–37. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3303>
2. Великі річки Франції. Офіційний сайт: Вікіпедія. 11.06.2024. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Великі_річки_Франції
3. Найкращі природні парки Франції. Офіційний сайт: Svitom.info. 23.04.2020. URL: <https://svitom.info/mandruemo-svitom/kraszi-prirodni-parki-francii.html>
4. Географічне положення, площа, кордони Франції. Офіційний сайт: Моя освіта. 2024. URL: https://moyaosvita.com.ua/geografija/geografichne-polozhennya-ploshha-kordoni-francii/#google_vignette
5. Гірськолижні курорти Франції – елітне надбання європейців. Офіційний сайт: Week Travelling. URL: <https://weektravelling.com/hirskolyzhni-kurorty-frantsiyi/>
6. Економіка рекреації та туризму: навчальний посібник. / О. А. Сущенко, О. О. Стрижак, Н. А. Дехтяр та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 347 с.
7. Екскурсійні тури до Франції. Офіційний сайт: Поїхали з нами! URL: <https://www.poehalisnami.ua/ua/tour/excursion/franciya>
8. Закон України «Про туризм». Документ 324/95 –ВР. Редакція від 01.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vr#Text>
9. Захаренко Г. Н. Туристський потенціал регіональної дестинації та ефективність його використання в індустрії туризму: автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05 Київ. 2011. 21 с.
10. Іванова З. О. Сутність туристичного потенціалу та його роль у розвитку вітчизняного народного господарства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2014. № 2. С. 77 –79.

11. Коваль П. Ф. та ін. В'їзний туризм: навчальний посібник. Ніжин : Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
12. Кривенкова Р.Ю. Поняття та сутність туристичного потенціалу: державно–управлінський аспект. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 9. 2019. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/9_2019/72.pdf
13. Кулешова Г. О. Туристсько –рекреаційні ресурси світу: методичні вказівки для самостійної роботи студентів, що навчаються за спеціальністю «Економічна та соціальна географія». Харків, 2012. 60 с.
14. Мальська М., Паньків Н. Туристично –ресурсний потенціал території : підручник. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с.
15. Матвійчук Л. Ю. Теоретичні основи типології та специфіки туристичних ресурсів. *Економіка. Управління. Інновації*. Серія: Економічні науки. 2011. № 1. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=eui_2011_1_20
16. Методичні вказівки для розробки туристичних продуктів (за видами туризму). Львів: ЛІЕТ, 2012. 58 с.
17. Моря і океани, що омивають територію Франції. Офіційний сайт: Моя освіта. URL: https://moyaosvita.com.ua/geografija/morya-i-okeani-shho-omivayut-teritoriyu-francii/#google_vignette
18. Озера Франції. Загальна характеристика. Офіційний сайт: France Promotour. URL: <https://www.france.promotour.info/lac/index.php>
19. Острови Франції: 10 найбільш захоплюючих місць для відпочинку. Офіційний сайт: Сайт про подорожі. URL: https://ua.topvoyager.com/ostrovy-frantsiyi/#google_vignette
20. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
21. Оцінка туристично –рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.

22. Паньків Н. Туристичне ресурсознавство : навч. Посібник. Львів: *Український бестселер*, 2011. 238 с.
23. Популярні пляжі Франції. Офіційний сайт: Prosto VISA. URL: <https://prostovisa.com/ua/blog/kurorty/populyarni-plyazhi-francii/>
24. Самодай, В., Левковська, Ж. Характерні особливості туристичного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. Вип. 53. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2641/2559>
25. Список національних парків Франції. Офіційний сайт: Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_національних_парків_Франції
26. Ткаченко Т. І., Соколова К. О. Теоретичні аспекти формування туристичного потенціалу підприємств. Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Економіка». 2011. Вип. 1. С. 107–112.
27. Транспорт Франції. Офіційний сайт: Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Транспорт_Франції
28. Требух А.А. Сутність та значення екологічно –туристичних ресурсів у контексті розвитку екологічного туризму в Україні. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. Серія Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : зб. наук. праць. 2012. № 727. С. 449–454.
29. Тури у Францію. Офіційний сайт: TanGoTravel. URL: https://tangotravel.com.ua/krainy/frantsiya/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw97SzBhDaARIsAFHXUWA_dLxv0dPbVOLtWuehLRkrT53kugmXvmoKvlhrJ2JtVwuicPArkd0aAmC9EALw_wcB
30. Тури у Францію. Офіційний сайт: Бомба –тур. URL: https://bomba-tour.com/uk/search?cat_ids=11,111
31. Туристські ресурси України: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладач О. В. Поступна. Х.: НУЦЗУ, 2020. 209 с.

32. Уварова Г.Ш., Федорова Ю.О. Особливості розвитку рекреаційного туризму у Франції. *Географія та економіка в рідній школі*. 2019. №6. С. 26–30.
33. Цун Д. Бібліотечні ресурси як засіб формування дослідницьких умінь майбутніх викладачів –філологів. *Розвиток промисловості та суспільства. Кривий Ріг: ДВНЗ «Криворізький національний університет»*, 2016. Т. 2. С. 16–18.
34. Цьохла С.Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. *Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління*. 2009. Т. 22 (61). № 2. С. 373–380.
35. Шабаліна Н. В., Власов В. С. Еволюція уявлень про туристично – рекреаційний потенціал як основу формування і розвитку туристично – рекреаційних систем. *Туризм і рекреація: фундаментальні та прикладні дослідження* : зб. праць міжн. наук. конф. Харків, 2008. 399 с.
36. Boyko Z., Horozhankina N., Horb K. Methods of tourist resources evaluation as a component of tourism organization. *Наукові записки. Рекреаційна географія і туризм*. 2020. № 1. С. 70–76.
37. Distribution of international tourist arrivals in France in 2019 and 2022, by country. Official web –site: Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1416836/share-inbound-tourist-arrivals-france-by-country/>
38. Distribution of museum visitors in France in 2022, by origin. Official web –site: Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1425765/share-museum-visitors-origin-france/>
39. Distribution of travel and tourism spending in France in 2019 and 2022, by type. Official web –site: Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1417729/travel-tourism-spending-share-by-type-france/>
40. France – Location, size, and extent. Official web –site: Nations Encyclopedia. URL: <https://www.nationsencyclopedia.com/Europe/France> –

LOCATION -SIZE -AND -
 EXTENT.html#:~:text=Situated%20in%20Western%20Europe%2C%20France%20is%20the%20second
 largest,and%20950%20km%20%28590%20mi%29%20E%20-%20W.

41. France. OECD Tourism Trends and Policies 2020. Official web -site: OECD iLibrary. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/99da245e-en/index.html?itemId=/content/component/99da245e-en>

42. France. OECD Tourism Trends and Policies 2022. Official web -site: OECD iLibrary. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/7d1e9db8-en/index.html?itemId=/content/component/7d1e9db8-en>

43. French properties inscribed on the Unesco World Heritage List. Official web -site: Ministère de la Culture. URL: <https://www.culture.gouv.fr/en/Thematic/monuments-sites/historical-monuments-heritage-sites/French-properties-inscribed-on-the-Unesco-World-Heritage-List#:~:text=France%20has%2052%20World%20Heritage%20properties%3A%2044%20cultural,properties%2C%207%20natural%20properties%20and%20one%20mixed%20property.>

List#:~:text=France%20has%2052%20World%20Heritage%20properties%3A%2044%20cultural,properties%2C%207%20natural%20properties%20and%20one%20mixed%20property.

44. Fréquentation des monuments nationaux. Official web -site: Un site du ministère de la Culture. 2019-2022. URL: <https://www.culture.gouv.fr>

45. Fréquentation des Musées de France. Official web -site: Un site du ministère de la Culture. 2001-2021. URL: <https://www.culture.gouv.fr>

46. Fréquentation record: quels sont les grands monuments Français qui ont attiré le plus de visiteurs en 2023? Official web -site: BFM Business. URL: https://www.bfmtv.com/economie/consommation/frequentation-record-quels-sont-les-grands-monuments-francais-qui-ont-attire-le-plus-de-visiteurs-en-2023_AV-202401120395.html

47. Giacomo Piva. France Tourism Statistics and Analysis. Official web -site: Radical Storage. URL: <https://travel.radicalstorage.com/france-tourism-statistics/>

48. Glossary of tourism terms. Official web –side UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

49. International tourism expenditure in France in 2019 and 2022. Official web –site: Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/644763/international-tourist-spending-visitor-exports-france/>

50. Meribel/Mottaret. Офіційний сайт: SkiTours.com.ua. URL: <https://skitours.com.ua/resorts/meribel>

51. Monument historique. Official web –site: Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Monument_historique

52. Museums in France – statistics & facts. Official web –site: Statista. 10.01.2024. URL: <https://www.statista.com/topics/11786/museums-in-france/#topicOverview>

53. Nombre d'arrivées de touristes français dans les hôtels en France en 2023, par région. Official web –site: Statista. URL: <https://fr.statista.com/statistiques/504089/arrivees-touristes-francais-hotels-region-france/#:~:text=Publié%20par%20Statista%20Research%20Department%2C%2024%20oct.%202023,français%20dont%20plus%20de%2016%2C46%20millions%20en%20Île-de-France.>

54. Number of international tourist arrivals in France from 2010 to 2023. Official web –site: Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/436543/number-of-inbound-overnight-visits-france/>

55. Pierre. Top 10 Most Visited Museums in France. Official web –site: Frenchmoments. URL: <https://frenchmoments.eu/top-10-most-visited-museums-in-france/#:~:text=In%20Paris%2C%20the%20Louvre%2C%20the%20Musée%20d'Orsay%20and,Museums%20and%20the%20National%20Museum%20of%20Korea%20%28Seoul%29.>

56. Tourism in 2023 France entière. Official web –site: Insee. URL: <https://www.insee.fr/en/statistiques/6801847?geo=FE-1>

57. Tourism statistics – annual results for the accommodation sector. Official web –site: Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_annual_results_for_the_accommodation_sector#Average_occupancy_rate_of_bed_places_in_hotels_was_47.25_in_2022

58. Tourism’s Importance for Growth Highlighted in World Economic Outlook Report. Official web –site: UN Tourism. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-s-importance-for-growth-highlighted-in-world-economic-outlook-report> (

59. We are not in a position to make plans: The uncertain exile of Ukrainians in France. Official web –site: France 24. URL: <https://www.france24.com/en/europe/20240224-we-are-not-in-a-position-to-make-plans-the-uncertain-exile-of-ukrainians-in-france>

60. Weber E., Bisson T.N., John E. and other. "France." Official web –site: *Encyclopedia Britannica*, 2024. URL: <https://www.britannica.com/place/France>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Рисунок А.1 – Розташування Франції та її регіони



Рисунок Б.1 – Туристичні регіони Франції

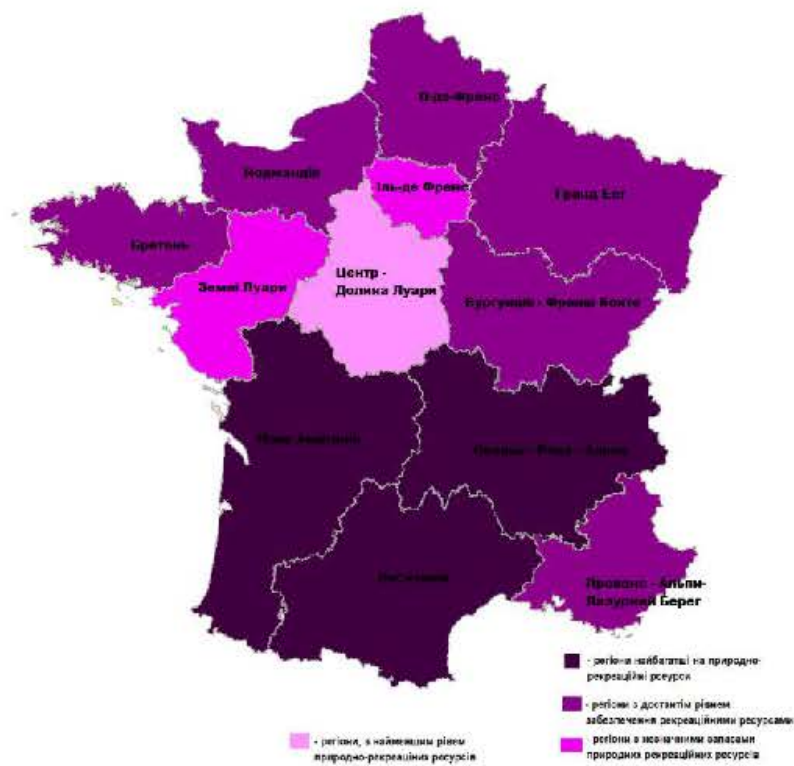


Рисунок Б.2 – Забезпеченість Франції природними та рекреаційними ресурсами



Рисунок В.1 – Рельеф Франции

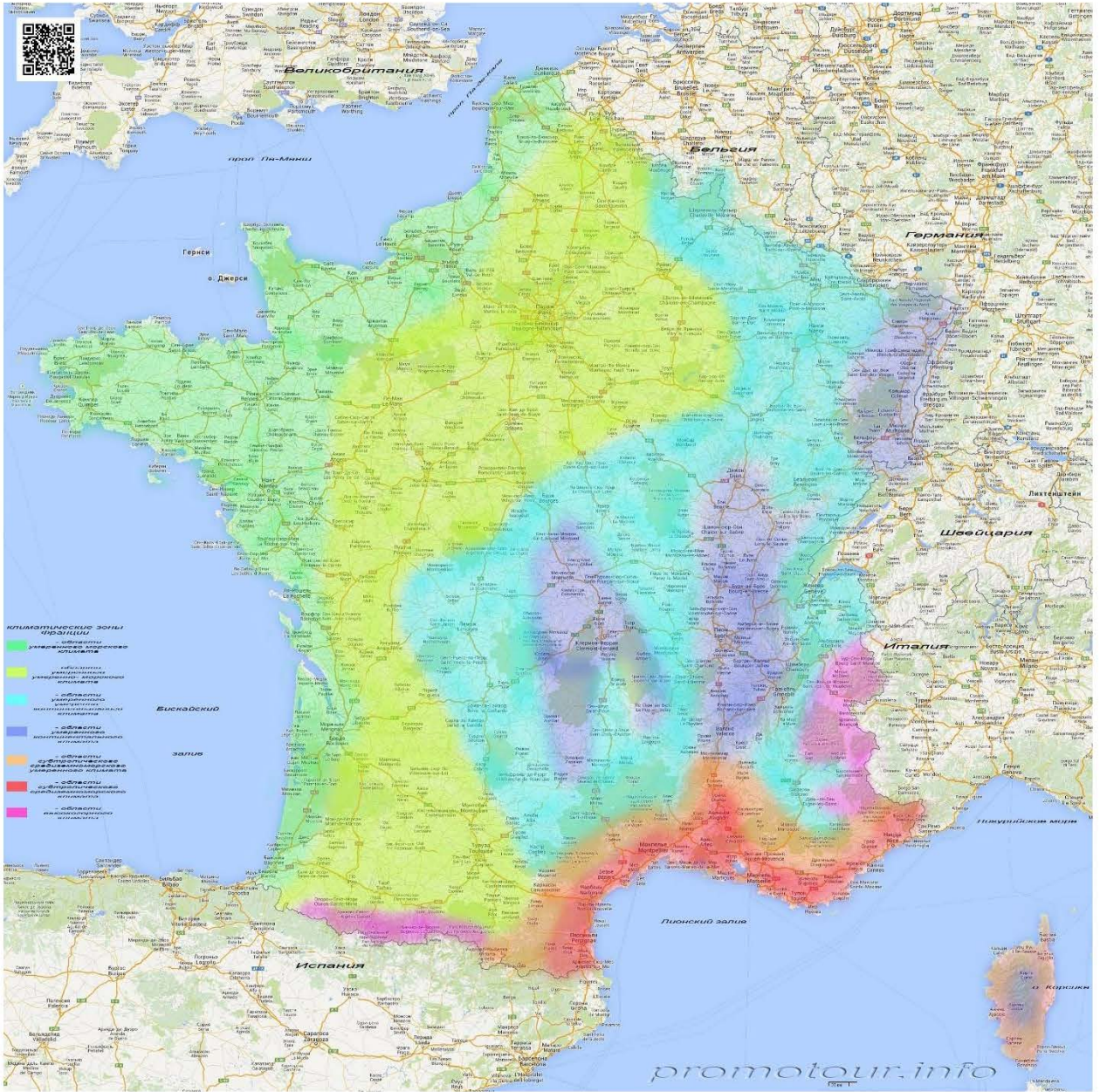


Рисунок Г.1 – Кліматична карта Франції



Рисунок Д.1 – Найбільші річки Франції

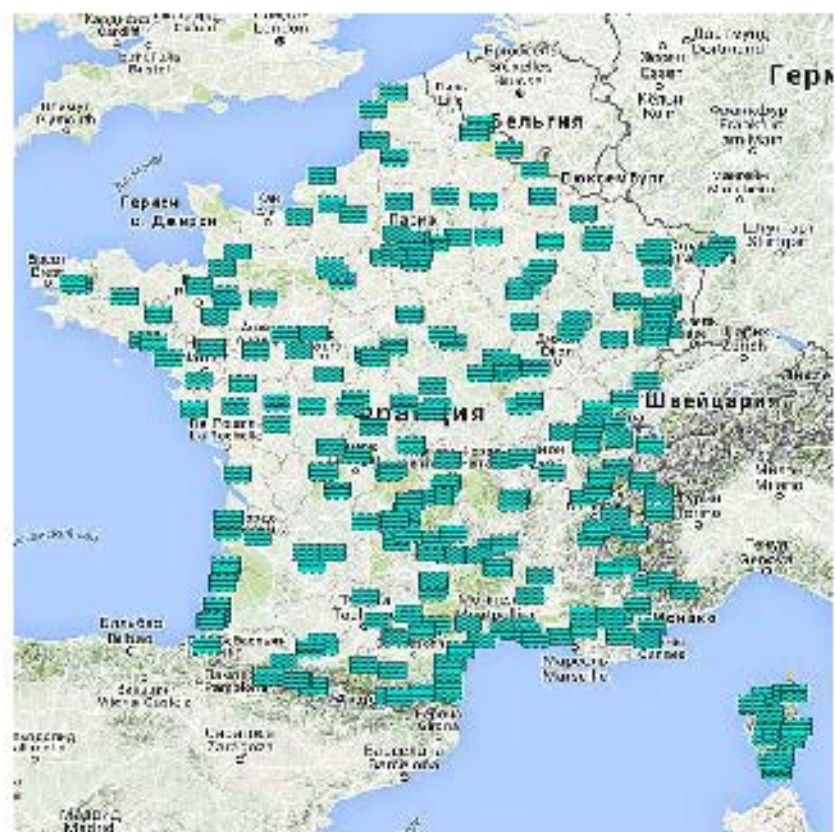


Рисунок Д.2 – Озера Франції

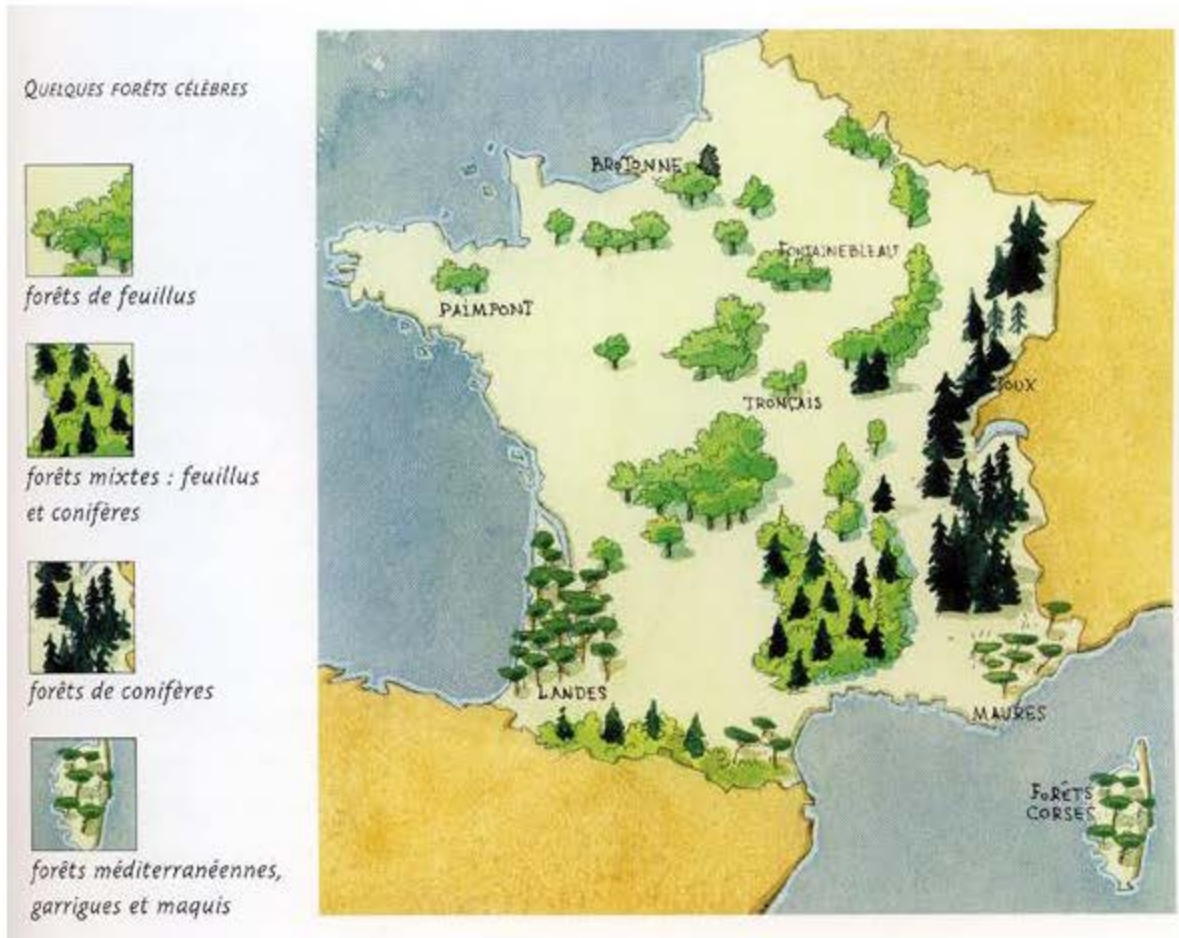


Рисунок Е.1 – Ліси Франції

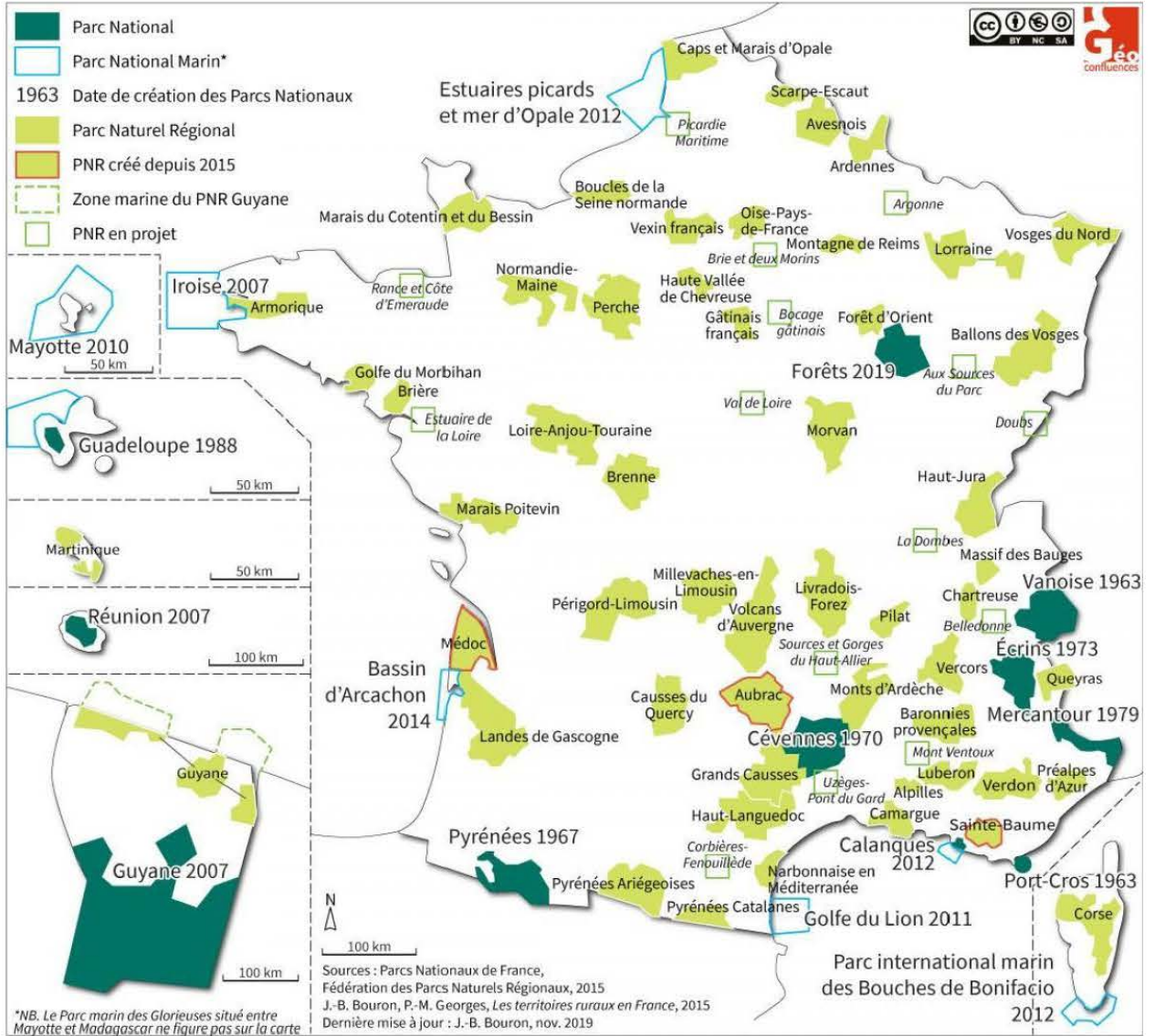


Рисунок Ж.1 – Парки Франції

Carte des Musées de France

Carte représentant les musées de France, classés selon leur appartenance à un organisme de protection, labels ou appellations, comme les Monuments Historiques (en orange).

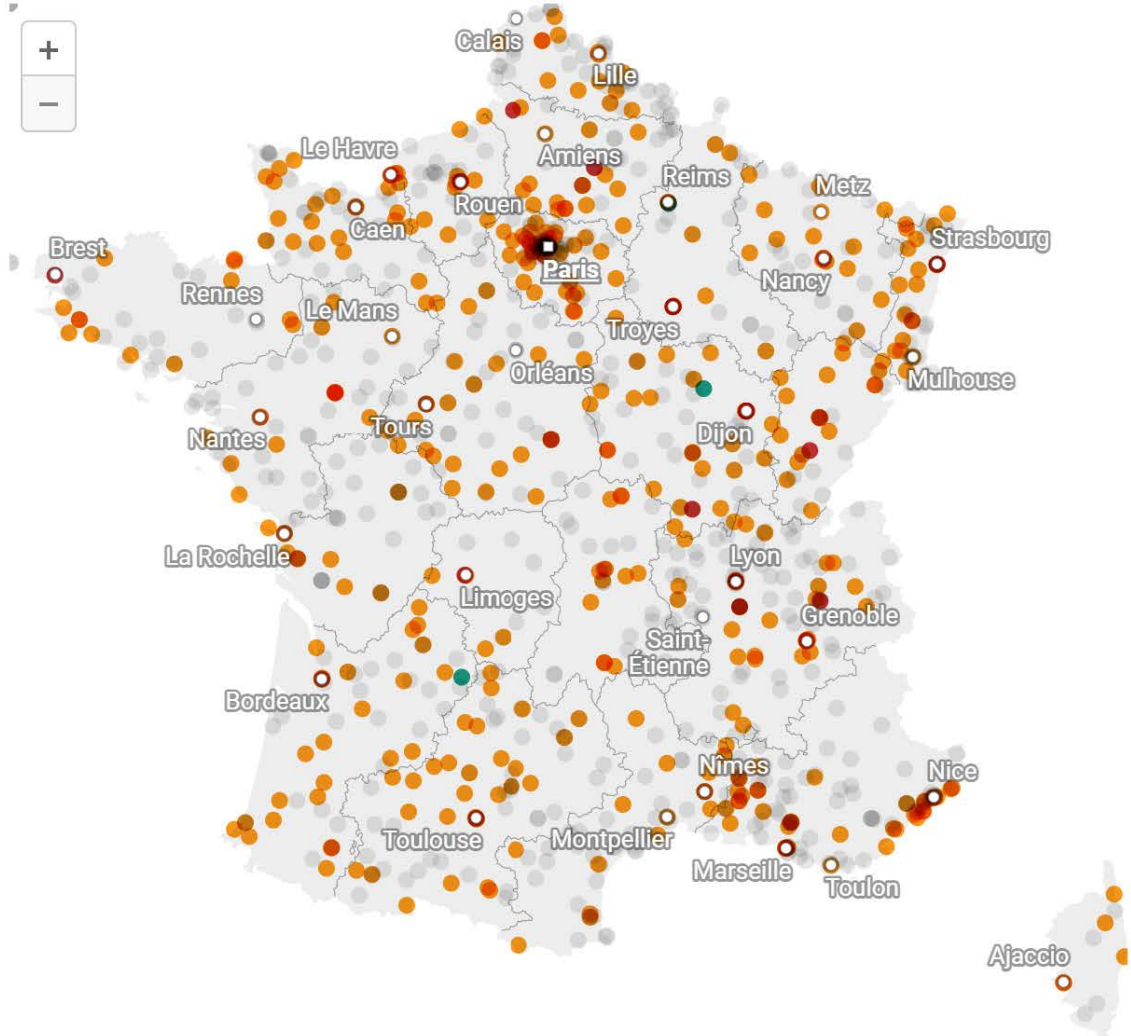


Рисунок 3.1 – Карта музеїв Франції

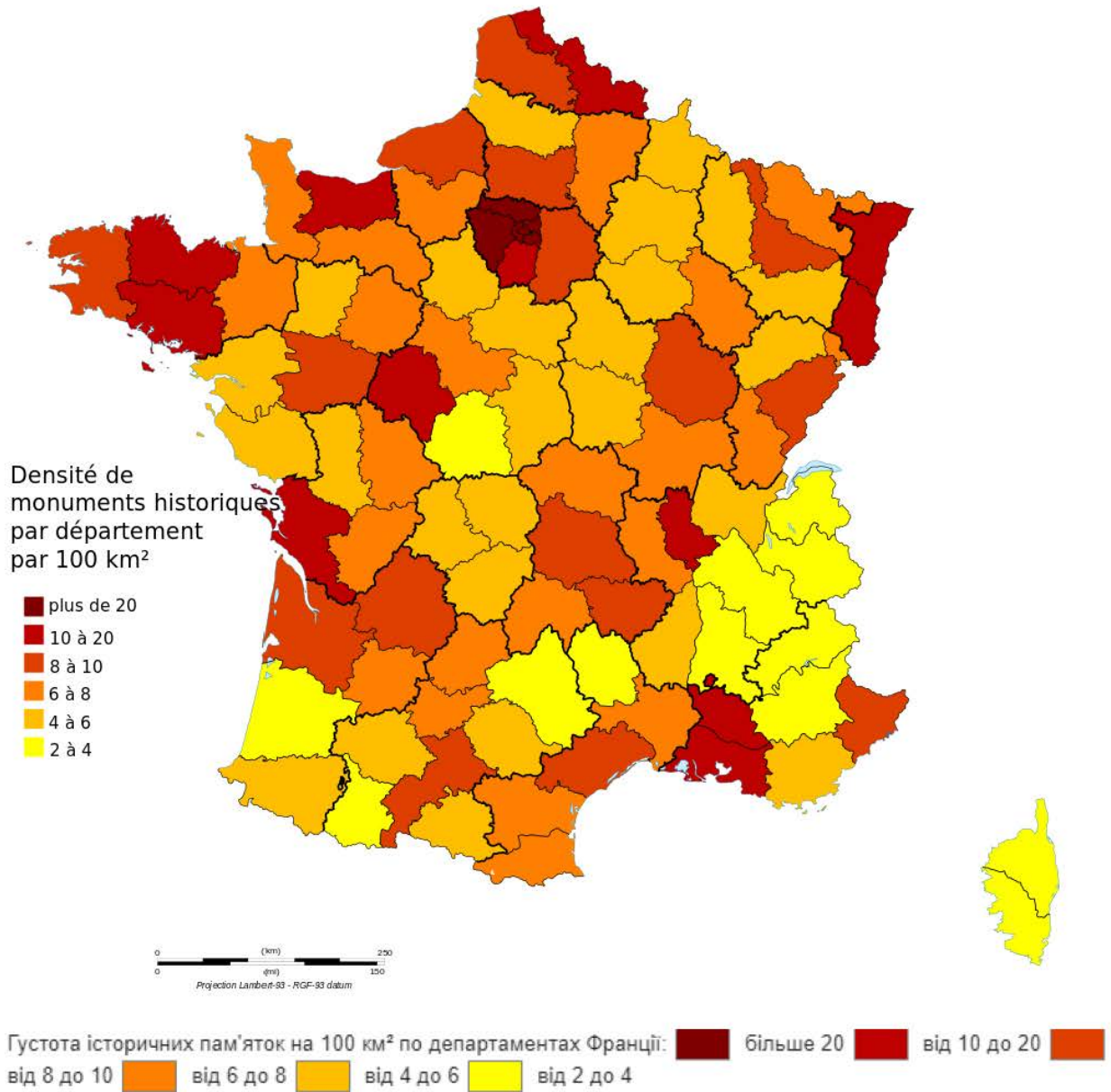


Рисунок К.1 – Густота історичних пам'яток Франції на 100 км



Рисунок Л.1 – Об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО у Франції