

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
« ____ » _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

Тема:

ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО В СТРУКТУРІ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ФРАНЦІЇ

Виконавець: здобувач вищої освіти групи 413 групи **Яковчук Марина**
Олександрівна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Мархонос Світлана Миколаївна**

Нормоконтролер: _____ **Борисюк Оксана Анатоліївна**
(підпис) (П.І.Б.)

КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М

«____» _____ 2023 р

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Яковчук Марина Олександрівна (П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Готельне господарство в структурі національної туристичної системи Франції» затверджена наказом ректора № 400 /ст від «27» березня 2023 р.

2. Термін виконання роботи: з «29» березня 2023 р. по «25» червня 2023 р.

3. Вихідні дані роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу літературних та Інтернет джерел

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти розвитку готельного господарства

РОЗДІЛ 2. Діагностика сучасного стану готельного господарства Франції

РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства Франції

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис. 2.1. Динаміка міжнародних прибуттів туристів до Франції, Рис. 2.2. Заповнюваність готелів Франції у 2019 році, Рис. 2.3. Кількість закладів розміщення у Франції за 2019-2021 роки, Рис. 2.4. Кількість закладів туристичного розміщення у Франції за березень 2022 року за типами, Рис. 2.5. Чинні регіони Франції та їх назви з 1 січня 2016 року, Рис. 2.6. Кількість готелів Франції за регіонами, крім Майотти, станом на 1 січня 2023 року, Рис. 3.1. Приблизний вигляд майбутнього готелю.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	29.04 - 02.05 2023 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	03.05 - 07.05 2023 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ розвитку готельного господарства. Написати перший розділ.	08.05 - 10.05 2023 р.	Виконано
4.	Діагностика розвитку готельного господарства у Франції. Написати другий розділ роботи.	11.05 - 20.05 2023 р	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку готельного господарства, та розробити концепцію готелю у Франції. Написати третій розділ роботи та висновки	21.05 - 28.05. 2023 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	29.05 - 04.06. 2023 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	05.06 - 14.06 2023 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	14.06 - ?.06 2023	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	22.06.-23.06. 2023	

7. Дата видачі завдання: «02» травня 2023 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Мархонос С.М.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Яковчук М.О.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Готельне господарство в структурі національної туристичної системи Франції»: 66 сторінок, 7 рисунків, 41 використане джерело.

Об'єкт дослідження – готельне господарство Франції.

Предмет дослідження – особливості розвитку готельного господарства Франції.

Мета дослідження: дослідити сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства Франції.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: метод системного аналізу; метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації; метод порівняння; методи прогнозування.

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали дипломної роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для вивчення наступних дисциплін: «Організація готельного господарства», «Індустрія гостинності» тощо. Також результати роботи можуть бути застосовані в реалізації програми розвитку готельного господарства України, спираючись на досвід та результат розвитку та популяризації інноваційних систем у готельній індустрії Франції.

ФРАНЦІЯ, РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА, ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ, ТЕРИТОРІАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	9
1.1. Сутність та складові національної туристичної системи країни	9
1.2. Готельне господарство як складова національної туристичної системи.....	12
1.3. Структура готельного господарства країни	15
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ФРАНЦІЇ	20
2.1. Характеристика національної туристичної системи Франції.....	20
2.2. Передумови розвитку готельного господарства Франції.....	27
2.3. Аналіз розвитку готельного господарства Франції.....	32
2.4. Територіальна організація готельного господарства Франції.....	39
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ФРАНЦІЇ	43
3.1. Проблеми розвитку готельного господарства Франції як складової національної туристичної системи.....	43
3.2. Перспективи розвитку готельного господарства Франції.....	47
3.3. Розробка концепції готелю для Франції.....	49
ВИСНОКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасному світі туризм відіграє важливу роль у соціальному та економічному розвитку країн. Готелі є основною складовою національної туристичної системи, забезпечуючи інфраструктуру для проживання, харчування та розваг туристів. Готельне господарство відіграє вирішальну роль у забезпеченні комфортного та затишного перебування туристів. Туристичний сервіс залежить від якості умов проживання та надання послуг у готелях.

Францію вважають однією з найбільш популярних туристичних країн в світі. Країна має багату історію, культуру та мистецтво, відома своїми пам'ятками, красивими пейзажами та розкішними кулінарними традиціями.

Готельне господарство Франції включає в себе широкий спектр готелів різних класів та типів. Від ексклюзивних п'ятизіркових до затишних сімейних готелів у провінційних містах та гостьових будинків у сільських місцевостях. Туристична галузь є однією з найбільш важливих галузей економіки Франції, яка принесла більше 56 млрд євро доходів у 2019 році. Актуальність дослідження полягає в тому, що на сьогоднішній день готельний ринок країни перебуває у стані активного відновлення.

Криза Covid-19 мала серйозний вплив на готельне господарство країни. Оскільки туристичний сектор був одним з найбільше постраждалих галузей, багато готелів в країні зазнали значних витрат та труднощів. Криза Covid-19 призвела до багатьох змін, наприклад до змін попиту на вибір місць проживання туристів, зросла популярність відпочинку на природі та менших провінційних регіонах. Також зниження туристичного потоку, фінансові труднощі та інші проблеми призвели до того що власники готелів, щоб компенсувати збитки пандемії, почали стрімко підіймати вартість на проживання та послуг у готелях.

Об'єктом дослідження є готельне господарство Франції.

Предметом дослідження – особливості розвитку готельного господарства Франції.

Мета дослідження: дослідити сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства Франції.

Завдання, що були поставлені:

- визначити теоретичні аспекти розвитку готельного господарства і його роль у туристичній системі.
- провести аналіз розвитку готельного господарства Франції.
- дослідити територіальну організацію готельного господарства Франції.
- охарактеризувати проблеми та перспективи розвитку готельного господарства Франції.

Джерельна база. У ході написання дипломної роботи було проаналізовано праці таких вчених: М.Г. Бойко, О.С. Височан, В.Г. Герасименко, А.І. Головчан, Г.О. Горіна, І.В. Давиденко, А.В. Жупаненко, О.С. Височан, О.М. Кизим, В.Є. Єрмаченко, М.О. Олійник, А.Г. Охріменко, Т.І. Ткаченко, Т.О. Лужанська, А.А.Мазаракі, М.П. Мальська, Ю.Б. Миронов, Н.М. Смочко, А.С. Татаринцева, Т.В. Черевтчко, Л.І. Юрчишина, В.Ф. Яровий було сформовано визначення терміну «туристична система», її складові, компоненти та структура. Вивчаючи праці В.Г. Герасименка, О.С. Височан, Т.І. Ткаченко було сформовано моделі функціонування туристичної системи.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: метод системного аналізу; метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації; метод порівняння; методи прогнозування.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі та систематизації статистичних, теоретичних та практичних даних, що містяться в офіційних закордонних джерелах, щодо структурно-динамічного аналізу готельного господарства Франції.

Дослідження спрямоване на вивчення сучасного стану цього сектору, виявлення проблем та перспектив його розвитку.

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали дипломної роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для вивчення наступних дисциплін: «Організація готельного господарства», «Індустрія гостинності» тощо. Також результати роботи можуть бути застосовані в реалізації програми розвитку готельного господарства України, спираючись на досвід та результат розвитку та популяризації інноваційних систем у готельній індустрії Франції.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Сутність та складові національної туристичної системи країни

Система – це термін грецького походження і означає ціле, складене з частин. За редакцією С. Мочерного, у економічній енциклопедії, система-комплекс елементів та їхніх властивостей, взаємодія між якими зумовлює появу якісно нової цілісності [7]. Це визначення є цілком підходящим для системи туризму. Проте, варто розрізняти поняття «туризм як система» та «туризм як процес». Становлення будь-якої системи відбувається у процесі розвитку. Отже туризм саме як процес у своєму розвитку перетворюється у цілісну систему. Відповідно цьому туризм як система знаходиться в постійній зміні, але при цьому туристична система залишається ідентичною самій собі [10].

В.Г. Герасименко вважає, що будь-яку систему можна розглядати як підсистему якоїсь більшої системи. У якій можуть виникати не тільки елементи, а й зв'язки між певними комплексами елементів, які і створюють підсистему [4]. Тож розуміння туризму як системного явища пов'язане із необхідністю структуризації всієї сукупності його елементів і взаємозв'язків між ними, щоб вирішити базові проблеми, які існують у туристичній сфері на сьогодні [4].

Сучасна наукова література не надає єдиного представлення щодо системи туризму. Тож для розуміння цього поняття доцільним буде згадати низку моделей функціонування туристичної системи, які були запропоновані науковцями, а саме: моделі функціонування туристичної системи К.А. Ганна, Н. Лейпера, М.Дж. Ламонта, Т.І. Ткаченко, Р. Проссера, Р.К. Мілля та А.М. Моррісона, Е. Холдена, К. Каспара, М.Л. Міллера та Й. Ойонга, Дж. Уолла та Е. Метісона, В.Г. Герасименка, О.С. Височан. В основу своїх моделей автори поклали різну кількість складових елементів [1].

Науковці дотримуються думки, що туристичні системи створюються, функціонують та розвиваються як відкриті, динамічні і комплексні утворення. Відповідно вони відчувають впливи і реагують на різноманітні суспільні процеси економічного, політичного, соціально-культурного, технологічного, психологічного плану [1]. Водночас розвиток туристичних систем значно впливає на суспільство. Туристичні системи є синтезованими і функціонують як складники різних соціально-економічних систем, взаємодіють та мають потужні взаємозв'язки. Під впливом трансформаційних чинників відбуваються динамічні зміни у туристичних системах [1]. Проте, як зазначає В.Г. Герасименко [4], при використанні системного підходу слід враховувати наступне: система не є звичайним об'єктом застосування, це особлива стратегія мислення, що передбачає здатність до узагальнення, абстракції та моделювання; система - це конструкція, дослідження якої відбувається у площині системно-структурних уявлень та дослідження предмета з урахуванням всіх його характеристик. О.С. Височан вважає, що ефективне управління туризмом на всіх рівнях забезпечить використання саме системного підходу при дослідженні цього феноменального явища [5].

Як система туризм включає певні компоненти, а саме: це подорожі, перебування, розваги, пізнавальні заходи та інші послідовні ініціативи. Хоча ця система ототожнюється з індустріалізацією туризму через появу масового туризму в 19 ст. століття (Tissot, 2007). Команда Mit розглядає систему туризму як взаємозв'язок між суб'єктами, місцями та практиками, щоб дозволити людям відпочивати за допомогою подорожей і тимчасового проживання (команда Mit, 2005).

Ця система туризму складається з багатьох взаємозв'язків, таких як «бізнес, норми та цінності, закони, туристи, туристичні місця різної якості, ринки та неринкові відносини, а також інші соціальні інститути, образи, образи та дискурси» (команда Mit, 2005, стор. 342).

Структура туристичної системи являє собою спосіб її організації, взаємний зв'язок і впорядкованість елементів. Так, під структурою туристичної системи слід розуміти сукупність найважливіших організованих стійких в просторі і в часі зв'язків і відносин елементів, технологій і чинників, що забезпечують її цілісність. На думку Т. Черевичко туристична система характеризується поліструктурністю, оскільки має кілька структур, що накладаються одна на одну. Не дивлячись на те, що туризм як система знаходиться у постійній зміні, туристична система залишається ідентичною самій собі [4].

Необхідно також враховувати те, що характер туризму як системи визначається середовищем, в якому вона знаходиться, та особливостями структурних зв'язків між елементами системи. Основні елементи туризму як системи - це суб'єкт, об'єкт і безпосередньо процес туризму [1].

Системоутворюючим суб'єктом туризму як системи є людина (турист) з усіма його індивідуальними потребами. Оскільки еволюція розвитку туристичних систем зазнала значних змін щодо цілей, мотивацій, технологій то й турист як основний суб'єкт та основна рушійна сила цієї системи кардинально змінюється [3].

Другою системоутворюючою складовою туризму як системи є туристичні ресурси, які являються базовою умовою розвитку туризму в будь-якій країні, регіоні чи дестинації. Саме на базі природних та антропогенних ресурсів, які різняться за регіонами, створюються різноманітні туристичні продукти [8].

Третім компонентом туризму як системи вважають туристичний ринок, сферу реалізації туристичних продуктів. При цьому гармонічна взаємодія всіх структуроутворюючих компонентів системи туризму забезпечується шляхом створення відповідної системи управління, яке охоплює суб'єкти, об'єкти та сам процес, що протікає між ними. Отже, використання системного підходу забезпечить ефективне управління туризмом як складною, динамічною соціально-економічною системою [6].

Проведений аналіз наукових поглядів різних вчених на туризм як цілісну систему свідчить про наявність різних підходів до її конструювання. Так, до структурних елементів автори відносять різноманітні компоненти: туристів, дестинації, туристичні підприємства і організації, ринок, державу, інституціональне середовище тощо [16]. Проте до цього часу не знайшли належного місця в моделях туризму як системи такі важливі характеристики туризму як туристичні ресурси, товари і послуги туристичного призначення. З огляду цього заслуговує на увагу модель туризму, розроблена В.Г. Герасименком [4], який виокремив три підсистеми: туристичні ресурси, туристичні продукти, ринки туристичних товарів і послуг. Автор представив складові системи туризму у своїй моделі в певній упорядкованості і послідовності згідно логіки туристичної діяльності, а особливо на регіональному рівні. Проте, на жаль, до сьогодні ще не знайдена оптимальна модель регулювання розвитку туристичної галузі на рівні регіонів, окремих територій та підприємств. Туристична система не є остаточно сформованою [10].

Отже, національна туристична система – це процес розвитку туризму з використанням системного підходу управління та дослідження цієї галузі. Вона складається з наступних компонентів: подорожі, перебування, розваги, відпочинок, пізнавальні заходи, оздоровлення тощо.

1.2. Готельне господарство як складова національної туристичної системи

Готельне господарство – це складова соціальної структури регіону або міста, що утворює сприятливі умови для облаштування населення та сприятливі умови для руху. Готель – це підприємство, що за певної оплати надає кімнату чи місце для тимчасового проживання на термін до 45 діб. Не залежно від місця постійного проживання та реєстрації споживача. Готельне господарство представлене цілим рядом підприємств, які належать до таких галузей народного господарства:

транспортні, екскурсійні, комунально-побутові та ін. Готелі мають із ними договірні відносини [2]. Розвиток туризму неможливий без добре розвиненого готельного господарства. Добре розвинене готельне господарство відіграє значну позитивну роль у забезпеченні населення відповідними послугами, про це нам свідчить досвід інших країн.

Підприємства готельного господарства забезпечують розміщення та обслуговування гостей, які приїжджають для відпочинку, дозвілля, вирішення комерційних справ. Розміщення входить до складу будь-якої туристичної програми, незалежно від її тематичної спрямованості та тривалості [9]. Необхідність відповідати світовим стандартам, надаючи високоякісні послуги, забезпечуючи повну безпеку перебування туристів та їх задоволеність під час перебування в готелі зумовлюють керівництво сучасних готельних підприємств постійно впроваджувати новітні ефективні моделі менеджменту для розробки та покращення базових продуктів готелю [4].

Відомий науковець Кифяк В.Ф. [9] визначає готельні послуги, або послуги розміщення як «конкретний готель, який пропонується туристу в туристичному центрі на час подорожі», та виділяє такі комбінації поєднання готельної послуги (розміщення і харчування):

- ВВ - розміщення + сніданок;
- НВ - напівпансіон: розміщення + сніданок + вечеря;
- ФВ - повний пансіон: розміщення + сніданок + обід + вечеря .

Проте, такі поєднання здебільшого характерні для організованого туризму, де готельна послуга є елементом туристичного продукту, або туристичного пакету [9].

Значення готельного бізнесу в системі господарювання полягає також у тому, що ця галузь формує обсяг робіт для туризму, транспорту, роздрібною торгівлі, громадського харчування, страхування, культури та мистецтва, архітектури і проектування, екскурсійного обслуговування, рекламної індустрії [19].

Специфіка готельного бізнесу полягає в тому, що він не може існувати окремо від інших галузей, тому важливим питанням розбудови туристичної інфраструктури в області чи місті є збільшення кількості закладів розміщення, закладів харчування (ресторанів, кафе тощо), торгівлі, послуг зв'язку та ін [12]. Залежно від «зірковості» та класифікації засобів розміщень, на кожні 10 туристів, які проживають в готелі, припадає близько трьох робочих місць безпосередньо і два робочих місця, що побічно пов'язані з обслуговуванням (співробітники туристичних компаній, транспортних компаній і т. д.) [11].

На сьогоднішній день існують багато видів засобів розміщень, які можуть задовольнити потреби будь-якого подорожуючого, таким чином готельний бізнес є перспективною галуззю, яка приносить досить великий прибуток. Мета цієї індустрії є дохід, який на пряму залежить від кількості приїжджих, від якості послуг, які надаються [13].

Готельне господарство знаходиться і розвивається в умовах, де діють закони ринку, які вплинули на структурні зміни, торкнулися всіх сторін функціонування галузі готельного господарства. Ринкові відносини накладають специфічні умови на розвиток готельного господарства, надають працівникам готелів право самостійно вирішувати виробничі та економічні питання стосовно розвитку цього виду підприємництва, покращення послуг, що користуються підвищеним попитом, для прийняття рішень стосовно зміни тарифів на обслуговування в залежності від конкретних умов місцевого характеру. Все це визначає рівень прибутковості роботи готелю [12].

Готельне господарство – одна зі складових частин туристичної індустрії. Матеріальна база, призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць під час формування туристичної інфраструктури, оскільки якість проживання та відповідне обслуговування істотно впливають на рівень туристичного сервісу. Тому туристична сфера, загалом, та готельна індустрія зокрема стають швидко

зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження, у тому числі валютні [19].

Отже, готельне господарство є однією з найважливіших складових національної туристичної системи будь-якої країни. Готелі та інші форми розміщення відіграють ключову роль у створенні комфортних умов для туристів, тим самим залучаючи більшу кількість іноземних та внутрішніх туристів. Загалом, готельне господарство є важливою складовою національної туристичної системи, яка відіграє важливу роль в економічному розвитку та залученні туристів до будь-якої країни.

1.3. Структура готельного господарства країни

Готелі класифікуються за розміром, розташуванням, цільовим ринком, рівнем обслуговування, кількістю кімнат та зручностями [11].

1. Розмір або кількість кімнат:

Класифікація за розміром стосується кількості кімнат (місткість ліжок), не варто плутати з висотою будівлі, площею або валовими продажами тощо. Термін «кількість кімнат» стосується приміщень, що здаються в оренду та не включає ті кімнати, які призначені для інших цілей використання, наприклад: для менеджера, домробітниць, ведення рахунків, тощо [11]. А також кімнати на першому поверсі та підвалах, які, зазвичай призначені для офісів, оренди, допоміжних служб або інших операційних приміщень орендованих для бізнесу та асоціацій.

- 1) Готель на 25 чи менше номерів називається малим готелем;
- 2) Готель на 26-99 номерів є середнім готелем;
- 3) Готель в якому від 100 до 299 номерів є вище середнього;
- 4) Готель із понад 300 номерів класифікується як великий готель.

2. Цільові ринки:

Готелі, що орієнтовані на багато ринків можуть бути класифіковані відповідно до них, так як вони намагаються залучити «своїх» гостей. Загальний тип ринків включає: бізнес, аеропорти, люкси, житлові будинки, курорти, таймшер, казино та конференц-готелі [11].

Бізнес готелі – найбільша група готелів в яких, в основному, обслуговують бізнес-мандрівників і вони, зазвичай, розташовані в центрі міста або у ділових районах. Хоча бізнес готелі, здебільшого, обслуговують бізнес-мандрівників для багатьох туристичних груп та індивідуальних туристів ці готелі є привабливими. Зручності для гостей в бізнес готелях можуть включати: безкоштовні газети, ранкову каву, безкоштовні місцеві телефонні дзвінки, сніданок тощо [6].

Готелі в аеропорту – цей тип готелів зорієнтований на ділову клієнтуру, пасажирів авіакомпаній, які зупинились на ніч або скасували рейс, а також на екіпаж або персонал авіакомпаній. В деяких таких готелях можуть надавати безкоштовний транспорт між готелем т аеропортом. Також у певних готелях в аеропортах може зніматись погодинна оплата замість звичайної денної та нічної [6].

Готелі класу люкс – такі готелі є досить популярним та швидкозростаючим сегментом у готельній індустрії. У таких готелях є вітальня та окрема спальня. Професіонали такі як бухгалтери, менеджери, бізнесмени вважають готелі-люкс особливо привабливими, оскільки вони можуть працювати та розважатись у спальні [6].

Готелі тривалого перебування – дещо схожі на готелі-люкс, проте зазвичай пропонують кухонні зручності в номері. Призначені для тривалих гостей, які мають наміри лишатись більш ніж на тиждень та не хочуть витратитись на готельні зручності [6].

Квартири з обслуговуванням – житлові готелі, які надаються гостям на довготривале або постійне проживання. Зазвичай гість укладає договір оренди з готелем мінімум на місяць до року. Зазвичай в таких готелях номери включають наступне: вітальню, спальню, кухню, приватний балкон, пральні машини, кухонне

приладдя тощо. На відміну від звичайних готелей в такому закладі проживання надається лише одна послуга – прибирання щотижня [6].

Курортні готелі – найчастіше розташовані в горах, на узбережжях моря, острові або в інших екзотичних місцях далеко від міст. Такі готелі приваблюють туристів своїми послугами, різними видами активності, мальовничими пейзажами. Курортні готелі пропонують гостям незабутні враження завдяки яким вони матимуть бажання повернутись ще раз [6].

Ліжко та сніданок або Home stay's – це будинки з кімнатами, переобладнаними під ночівлі, розмір яких може становити від 1 до 10 кімнат. Власник такого готелю зазвичай залишається на його території та контролює подачу сніданків гостям [9].

Таймшер – їх іноді називають готелями з інтервалом у відпустку. Відвідувачі купують житло у власність на певний період і на цей же період мають право користуватись, проживати, в даному готелі. Власники також можуть орендувати приміщення керуючою компанією. Яке керую готелем.

Готелі-казино – так називають готелі з азартними іграм.

Туристичний пансіонат – дуже популярні серед туристів, які не бажають великого готелю з багатьма зручностями, яке коштуватиме дешевше. Підприємство цілорічного функціонування для спортивно-оздоровчих форм туризму та відпочинку [6].

Міський готель – зручний за розташуванням готель, зазвичай ним користуються як бізнес-мандрівники так і туристи. Такі готелі зручні для огляду визначних пам'яток, не обов'язково дорогі.

Мотелі – призначені для автомобілістів, розміщені поблизу великої автомагістралі.

Мінімотель – призначений для обслуговування автомототуристів, місткість від 50-100 місць.

Туристична база – основне туристичне підприємство для пішохідних форм туризму та відпочинку, місткість [6].

3. Рівні обслуговування:

Обслуговування світового класу, їх також називають розкішними готелями «5 зірок», орієнтовані на топ-менеджерів бізнесу, відомих людей, високопоставлених політичних діячів та заможну клієнтуру в якості основного ринку. В готелях з таким рівнем обслуговування пропонуються вдосконалені ресторани, послуги камердинера (людина, яка займається майже всім від паркування авто до замовлення їжі), послуги консьєжа, а також привітні заклади харчування [11].

Обслуговування середнього класу в готелях 3-4 зіркових. Ці готелі та послуги приваблює для найбільшої верстви туристів. В них немає належного персоналу, вони не надають багато якісних послуг, проте в їхні послуги входить: доставка їжі та напоїв у номери, розважальні програми, прибирання в номерах, а також Wi-Fi тощо [13].

Бюджетне обслуговування пропонують прості, недорогі готелі зі зручними та безпечними номерами. Такі готелі приваблює для туристів, які хочуть отримати номер з мінімальним набором послуг та зручностей без зайвих додаткових витрат за дорогі послуги [13].

4. Право власності та афілійовані особи:

Незалежні готелі або ж готелі з одним власником не мають ідентифікаційної власності чи зв'язку з іншими об'єктами управління. Прикладом таких готелей може слугувати сімейний готель, який не дотримується жодної корпоративної політики та процедур. Корпоративна культура готельних компаній - це система формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і колективних інтересів, особливостей поведінки співробітників в структурованій організації, стилю управління, показників задоволеності співробітників роботою [18].

Готелі, які є частиною готельної мережі зазвичай надають певні мінімальні стандарти, правила, політику то процедури для обмеження діяльності філій. Загалом чим більш централізована організація, тим сильніший контроль над індивідуальною власністю вона має [19].

Отже готелі класифікуються за наступними пунктами: розмір готелю, цільовий ринок, рівень обслуговування, кількість номерів, власності та приналежності тощо. За цими пунктами туристи легко можуть визначити якого рівня даний готель та його послуги, і який їм найкраще підходить за потребами.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ФРАНЦІЇ

2.1. Характеристика національної туристичної системи Франції

Туризм як система складається не лише з готелів, ресторанів чи культурних пам'яток, але й є поєднанням різноманітних елементів, які переплітаються та сплетені разом, щоб утворити взаємозалежні відносини. Це означає, що система туризму повинна оцінити пропускну спроможність, щоб слогани напрямів не вигукували. Системою потрібно управляти так, щоб очікування могла бути реалізовані. Спосіб управління вказуватиме ступінь впливу туризму на галузь [17].

Існує п'ять життєво важливих компонентів туристичної системи: привабливість, доступність, розміщення, зручності та діяльність [8]. За цими компонентами ми і будемо оцінювати національну туристичну систему Франції.

а) Привабливість.

Туристична діяльність розпочинається з пам'яток. У місті чи пункті призначення має бути якась пам'ятка, лише тоді люди, туристи, відвідають цю територію. Вважається, що пам'ятки найбільше впливають на всі компоненти [16]. Пам'ятки бувають декількох типів: природні та антропогенні, а також природно-антропогенні. Природні й соціально-економічні умови Франції сприятливі як для екскурсійно-пізнавального, так і для лікувально-оздоровчого та спортивного туризму [24].

Серед природних рекреаційних факторів, які сприяли розвитку туризму в країні — теплий помірний клімат, на півдні субтропічний; велика протяжність берегової лінії пляжного типу; присутність гірських масивів Альп та Піренеїв; численні джерела цілющих вод. Країна славиться своїми приморськими і гірськими курортами, спортивними базами. Також Франція багата на пам'ятки історії,

культури, архітектури і мистецтва. Вони охоплюють стародавню римську епоху, середньовіччя, нові часи і сучасність [20].

Єлисейські поля Парижа (Champs-elysees). Поля Єлисейські - одна з головних магістралей Парижа. Поля Єлисейські - синонім християнського раю, тій частині загробного світу, де перебувають герої, чисті душі, праведники, тоді як в Аїде терплять вічні муки злочинці, лиходії і так далі [24].

Тріумфальна арка (Arc de Triomphe). Споруджена в 1806-1836 по розпорядженню Наполеона архітектором Жаном Шальгреном. Прикрашена 4-ма скульптурними групами: з боку полів Єлисейських - "Марсельєза" скульптора Рюда (справа) і "Тріумф скульптора 1810 м." Корто; з боку авеню де ла Гранд-арме - "Опір" (справа) і "Мир" скульптора Етекса. На стінах арки вигравійовані назви 128 битв, виграних республіканською і імператорською армією, а також імена 558 французьких воєначальників. Арку оточують 100 гранітних тумб (на честь "ста днів" правління Наполеона), сполучених між собою чавунними ланцюгами [24].

Версаль (Chateau de Versailles). Палацово-парковий ансамбль Версаля - це найбільший пам'ятник архітектури XVII ст., що зробило величезний вплив на містобудівну думку подальших сторіч. У художньому відношенні Версаль взагалі став як би "ідеальним містом", про яке мріяли і писали автори епохи Відродження і який волею Людовика XIV і мистецтвом його архітекторів і садівників виявився втілений наяву, причому в безпосередній близькості від французької столиці [24].

Монмартр (Montmartre). Монмартр - назва 130-метрового горба на півночі Парижа і давньоримського поселення. Горб Монмартр - висока точка Парижа. На вершині горба знаходиться Базіліка Сакре-Кер, одна з найпопулярніших визначних пам'яток французької столиці. Зійти на Монмартр можна по знаменитих сходах або за допомогою фунікулера.

Франція – це культурна країна, з великою кількістю найрізноманітніших музеїв. Деякі з них представлені нижчим.

Музей д'Орсе, Musee d'orsay. Займає будівлю колишнього ж/д вокзалу. Найбільший в світі музей європейського мистецтва XIX століття. Кращі колекції імпресіоністів і постімпресіоністів: Мане, Моне, Ренуара, Дега, Сезанна, Ван Гога [24].

Музей Лувр, Musee du Louvre. Енциклопедичний музей, складається з 7 відділів, що представляють колекції з античних часів до середини XIX ст. По кількості експонатів, їх цінності і різноманітності, а також за виставковою площею займає перше місце в світі.

Музей Армії, Musee de l'armee. Колекції зброї, зброї, обмундирування і реліквій. У Домському Соборі розташований саркофаг Наполеона Першого.

Музей мистецтва країн Африки і Океанії, musee des Arts d'afrique et d'oceanie. Колекція африканського мистецтва і мистецтва країн Океанії. Прекрасний тропічний акваріум.

Будинок-музей Оноре де Бальзака, maison d'honore de Balzac. Малюнки, портрети, листи.

Музей Бурделя, Musee Bourdelle. Бронзові, гіпсові, мармурові скульптури, малюнки і живопис в майстернях, в яких скульптор жив і працював все життя.

Музей Клюні. Великі збори середньовічного мистецтва [24].

Музей Пікассо, Musee Picasso. Назва говорить за себе. Розташований в особняку XVII століття, яке стоїть в аристократичному кварталі Марсе.

Музей Оранжері, Musee de l'orangerie. Величезний музей імпресіонізму, сучасне мистецтво. "Латаття" Клода Моне, картини Анрі Руссо, Модільяні, Пікассо, Матісса. Колекція Вальтера Гійома. Тимчасові експозиції.

Музей Огюста Родена, Musee Auguste Rodin. Бронзові і мармурові скульптури Огюста Родена (1840-1917), твори Каміль Клодель, Ван Гога, Моне, Ренуара. Старовинні фотографії. Скульптури виставлені також в парку особняка. У цьому будинку великий Огюст жив і творив. А потім заповідав особняк державі при умові, що його роботи після смерті будуть виставлені в цьому будинку [24].

Культові споруди

NOTRE DAME (Собор паризької Богоматері). Собор Паризької Богоматері побудований в західній частині острова Ситі, на місці, де в I столітті нашої ери знаходився давньоримський вівтар, присвячений Юпітеру.

У Соборі Паризької Богоматері зберігається одна з великих реліквій християнства - Терновий вінець Ісуса Христа.

St.de la MADLEINE. Паризька церква Мадлен – це церква Святої Марії Магдалини; знаходиться в 8-му окрузі французької столиці, на однойменній площі; яскравий зразок неокласицизму в архітектурі.

PANTHEON. На горбі Св. Женевеви, що підноситься на 60 м над рівнем Сени, коштує Пантеон - один з орієнтирів Парижа, видний з різних кінців міста.

St.SULPICE. Ця церква, мабуть, має якусь магічну ауру. Неспроста в багатьох белетристичних творах XX ст. саме в ній відбуваються таємничі події, виявляються таємні і загадкові послання. Дослідники окультних суспільств вважають, що Сен-Сюльпіс пов'язана з могутнім масонським суспільством, що приховано впливає на європейське життя в течію, як мінімум, 10 століть [24].

St.DENIS. Собор був побудований на місці галло-римського кладовища, де був похоронений перший єпископ Парижа, що прийняв мученицьку смерть близько 250 р. Колись тут був знаменитий монастир. Історія собору тісно пов'язана з монархією. Тут знаходяться усипальні французьких королів, тут коронувалися багато королів. На кожній гробниці викладений барельєф того, хто в ній похований. Це один з найзагадковіших і найдивовижніших Соборів Парижа.

St.CHAPELLE. Царствено-величаво, створена в стилі зрілої готики, за наказом Людовика Святого, каплиця Сент-Шапель зводилася, як королівська церква і повинна була стати символом священної влади французьких монархів. Тут зберігаються частинки Хреста Ісуса Христа [31].

St.EUSTACHE. Церква Сент-Есташ по своїх розмірах співвідносна з собором Паризької Богоматері, а висота її зведення навіть на декілька метрів перевищує

висоту Норт-Дам. У архітектурному плані вона дивовижна тим, що поєднує середньовічну готику із зразками італійського Відродження. А додавши сучасної скульптури, ми, взагалі, отримуємо надзвичайний коктейль.

Подієві ресурси: День Перемоги і День Перемир'я. З цивільних свят День Перемоги в другій світовій війні (8 травня) і День Перемир'я в першій світовій війні (11 листопада) наголошуються урочистими офіційними церемоніями [24].

Паризьке Аерошоу. Почавши свою історію з 1909 року, Аерошоу в Ле Бурже поблизу Парижа перетворилося на престижний захід міжнародного масштабу.

Свято музики. 21 червня - щонайдовший світловий день і Свято музики по всій Франції.

День узяття Бастилії. 14 липня на вулицях Парижа завжди весело, багатолюдно і шумно, країна відзначає своє велике національне свято. Не дивлячись на декілька скромну офіційну програму торжеств, по всьому місту - в дискотеках, барах, нічних клубах, в будинках і просто на вулицях - проходять безперервні вечірки.

Театральний фестиваль в Авіньоне в липні. У французькому Авіньоне щорічно, вже більш за півстоліття проходить театральний фестиваль - один з двох найвідоміших в світі. Містечко, відмічене в європейській історії епізодом під назвою «Авіньонське полонення тат», без малого весь липень зачаровується театром в різноманітних його проявах [24].

b) Доступність.

Доступність, інакше кажучи, транспортування. Є важливим компонентом туристичної системи, оскільки вона створює зв'язок між джерелом ринку та пунктом призначення [8]. Транспорт зазвичай не є ціллю, а є обов'язком для проведення туру. Але в деяких випадках транспорт також може стати атракцією. В ідеалі транспорт має бути зручним, доступним, надійним і відповідним для мандрівника [10].

Франція має одну з найрозвинутіших транспортних систем у Європі. Країна виступає піонером у виготовленні й застосуванні надшвидкісних засобів транспорту. На лінії Париж — Ліон завдовжки 425 км уперше в світі почав курсувати поїзд зі швидкістю 270 км/год (зараз уже 400 км/год). Вперше розпочалися тут і рейси пасажирського надзвукового літака "Конкорд".

Провідну роль відіграє автомобільний транспорт, який здійснює перевезення більшої частини пасажирів і вантажів. Парк автомобілів нараховує близько 30 млн. штук, з них 21 млн. штук - легкових. Протяжність автошляхів найдовша в Європі - 1,3 млн. км, щільність автошляхів - 160 км/100км².

Найтісніші транспортні зв'язки розвинулись із сусідніми країнами, іншими розвиненими країнами світу та з колишніми французькими колоніями. Найважливішими напрямками є Париж — Брюссель і Париж — Франкфурт. Через Піренеї в Іспанію прокладені два залізничних тунелі, проте їх роль мінімальна. Дуже активно використовуються залізничні тунелі в Швейцарію через Юру, два автомобільні тунелі під Альпами зв'язують Францію з Італією [24].

с) Проживання.

Проживання є одним із найважливіших аспектів місця призначення. Будь-який мандрівник перед тим, як вирушити у подорож шукатиме житло, яке б задовольнило його потреби. Іноді самі одиниці розміщення діють як туристичні атракції для великої кількості людей [19].

У Франції немає категорії готелів 5*, тільки 1*, 2*, 3*, 4* і «4* luxe». Про існування готелів 1* краще забути відразу, в 2* готелях номери зовсім маленькі, а 3* відрізняються великим розкидом цін і якості, причому перша часто не повною мірою відповідає другому.

d) Зручності.

Кожен турист під час подорожі прагне до зручностей та послуг світового класу. Високоякісні зручності є важливою підмогою для кожного туристичного напрямку чи центру. Зручності – це послуги, необхідні туристу для полегшення

його подорожі. Зручності, як правило, включають об'єкти інфраструктури, як-то дороги, каналізаційні системи, електромережі, телефонні лінії тощо, а також об'єкти, як-то поліцейські дільниці, банкомати, валютні кіоски, лікарні тощо [2].

Безпека: Рівень злочинності у Франції в цілому відносно низький. А ось кількість дрібних крадіжок (у тому числі й особистого майна), не тішить. Тож у разі виникнення надзвичайної ситуації, слід зв'язатися з відділом консульсько-правових питань посольства України у Франції: тел. +33 (0) 1 56 58 13 70, електронна пошта: consulat.ukraine@wanadoo.fr. Адреса: 21, avenue de Saxe, 75007 Париж. А у разі терактів, техногенних катастроф чи природних катаклізмів, поранення/загибелі громадян України або інших випадків, які загрожують їх життю та здоров'ю, слід зателефонувати на гарячу лінію: +33 (0) 1 43 06 07 37 [31].

е) Діяльність.

Пам'ятки часто супроводжуються різноманітними заходами, які покращують враження туристів. Це можуть бути екскурсії, шоу, катання на лижах тощо [20].

Національна туристична система Франції включає в себе різні організації та ініціативи. Основні організації, які займаються розвитком туризму у Франції, такі:

1. Французька агенція з розвитку туризму (Atout France) - державна агенція, яка забезпечує просування Франції як туристичного напрямку та підтримує розвиток туристичної індустрії країни.

2. Національна рада туризму (Conseil National du Tourisme) - це орган, який забезпечує діалог між різними галузями туристичної індустрії Франції та допомагає у формуванні стратегій розвитку туризму.

3. Французька готельна асоціація (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie) - професійна асоціація, яка об'єднує готелі та ресторани у Франції та забезпечує їх інтереси.

4. Французький туристичний та курортний комітет (Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative) - організація, надає підтримку та допомогу місцевим офісам туризму та ініціативним об'єднанням у розвитку та

просуванні туристичних послуг та курортів у своїй місцевості. Крім того, Французький туристичний та курортний комітет сприяє залученню нових інвестицій та розвитку нових проектів у туристичній галузі [31].

Отже, національна туристична система Франції є однією з найбільш розвинених та впливових у світі. Завдяки своїй багатосторонній культурі, історії та надзвичайному красивому ландшафту, Франція збирається більш як 90 мільйонів туристів щорічно. Країна має висококласні готелі, ресторани та інші сервіси, які забезпечують комфортне перебування туристів. Франція має величезний туристичний потенціал: культурні пам'ятки, дивовижна архітектура, історія, природні пам'ятки, пейзажі та багато іншого. Багато пам'яток, як природних так і історичних внесені до списку ЮНЕСКО, що безумовно є причиною такої популярності країни серед туристів.

2.2. Передумови розвитку готельного господарства Франції

Франція – одна із провідних туристичних країн світу. Географічне і геотуристичне положення країни надзвичайно вигідне. Франція займає західну частину континентальної Європи та острів Корсика, володіє надзвичайною природною різноманітністю, багатою культурною спадщиною, давніми традиціями гостинності і знаходиться фактично у центрі одного з найбільших світових туристичних ринків – європейського. Францію із повним на те правом можна називати середземноморською, атлантичною, альпійською та піренейською країною [23].

Клімат континентальної Франції переважно помірний, що забезпечує м'яку температуру повітря протягом всього року [23]. Територія країни ділиться на чотири кліматичні зони:

- м'який і вологий океанічний клімат із прохолодним літом західніше лінії Байонна — Лілль;

- гірський клімат із суворою зимою і жарким літом в Ельзасі, Лотарингії, вздовж долини Рони і в гірських масивах (Альпи, Піренеї, Центральний масив);
- помірно-континентальний клімат на півночі, в паризькому і центральному регіоні, де прохолодна зима і тепле літо;
- південь країни належить до середземноморської кліматичної зони з теплою зимою і спекотним літом, що унаочнює кліматична діаграма Ніцци — курорту світового значення на узбережжі Середземного моря.

Погода на території материкової Франції досить передбачувана — у ній не відбувається різких змін, практично відсутня надмірна спека чи надто низькі температури. Літом погода посушлива, але цей ефект пом'якшують західні вітри, які приносять відчуття свіжості. Зимом погода відносно тепла, сніг іде не часто [23].

У рельєфі Французької Гвіани домінують прибережні рівнини, які переходять у горбисту місцевість і невисокі гори. Більшість островів у складі Гваделупи мають вулканічне походження і складний пересічений рельєф. Мартініка — гористий острів із порізаною береговою лінією. На Реюньоні також переважають гірські ландшафти, а вздовж океанічного узбережжя тягнеться родюча низовина. Клімат і рельєф Франції сприяють розвитку різноманітних видів туризму. Тепле морське узбережжя та гірські ландшафти — природна основа, на якій сформувалася туристична індустрія країни [24].

Туризм є одним з головних секторів у Франції. Згідно з об'єднанням витрат, пов'язаних із туризмом, як резидентами, так і нерезидентами Франції, у 2019 році цей сектор склав 7,5% ВВП. У туризмі безпосередньо зайнято 1,5 мільйона людей, приблизно 7,5% національної робочої сили. Наслідки COVID-19 спричинили падіння ВВП туризму на 34% до 114,5 млрд євро, або 5,3% економіки у 2020 році. Зайнятість постраждала менше, але все одно було втрачено 155 764 робочих місця. Три чверті втрачених робочих місць припадало на сектори розміщення та харчування [23].

У 2019 році Францію відвідав майже 91 мільйон міжнародних туристів. На той час міжнародні доходи перевищили 56 мільярдів євро, що становило 21% французького експорту послуг. У 2020 році Франція зафіксувала 41,7 мільйона міжнародних туристів, що скоротилося на 54,2%. Це призвело до зниження надходжень від міжнародних подорожей на 49,7%. У 2021 році спостерігалось невелике відновлення, кількість міжнародних туристів зросла до 48,4 мільйона [23].



Рис. 2.1. Динаміка міжнародних прибуттів туристів до Франції

Джерело: розроблено автором на основі джерела [22].

Після безпрецедентного 2020 року через COVID-19 2021 рік ознаменувався повільним відновленням показників готельної галузі до докризового рівня у Франції. Було визначено кілька етапів: перша половина року все ще сильно постраждала від обмежень, пов'язаних із COVID-19, за якою послідував другий період явного покращення, яке спонукало прибережні регіони та французьку провінцію з літа [40]. І, нарешті, завдяки сильній підтримці уряду в поєднанні з привабливістю міста у всьому світі призвели до поступового відновлення в Парижі

в кінці року. Пом'якшення обмежень на подорожі та успішне впровадження вакцинації у Франції та по всій Європі дозволили збільшити кількість туристів з червня 2021 року, що призвело до значного підйому ринку у другій половині року відповідно до економічного зростання країни. Париж залишається одним із найбажаніших напрямків для інвестицій у готелі вже більше десяти років завдяки сильним економічним і туристичним основам [27].

З червня 2021 року спостерігається значне відновлення попиту завдяки добре збалансованому сполученню споживачів, різноманітним джерелам попиту та широкій сезонності ринку. Відновлення, яке спочатку було спричинене вітчизняними та європейськими клієнтами відпочинку, додатково підтримується повільним, але постійним поверненням особистих заходів. Очікується, що Чемпіонат світу з регбі в 2023 році та Олімпійські ігри в 2024 році кристалізують відновлення міжнародного туризму до рівня до пандемії [21].

Топ туристичних атракцій Франції.

Ле-Пюї-ан-Вале тисячі років тому вулкани вирізали пейзажі навколо Ле-Пюї-ан-Вале, сьогодні ж сплячі вулкани та базальтові шпилі постійно знаходяться в полі зору. Найбільшою популярністю Ле-Пюї приносить його розташування вздовж Каміно де Сантьяго. Для багатьох 800-кілометрова подорож Шляхом Святого Якова розпочинається саме з цього місця. Місто міцно пов'язане з релігією та паломництвом. Однією з найперших релігійних пам'яток, яких можна побачити в місті є статуя Богоматері Франції, яка демонструє Діву Марію, її висота досягає майже 23 метри [24].

Канський кінофестиваль, який приваблює найбільших кінозірок з усього світу. Канни вишукане місто в якому розташовані розкішні готелі високого класу, різноманітні гламурні бутики, вишукані ресторани, гарні пейзажі.

Римські пам'ятники Німа, на сьогоднішній день це найбільш римське місто за межами Італії. Приблизно 2000 років тому римляни залишили свій слід у місті Нім на півдні Франції. У центрі міста знаходяться пам'ятники Німа Колись Нім був

великою регіональною столицею, де інженери й архітектори розширили межі, щоб створити Пон-дю-Гар, Мезон-Каррі, Храм Діани та Німську арену.

Maison Carrée був збудований приблизно у той же час, що й народження Христа, у перекладі означає квадратний будинок і, що не менш важливо, майже повністю недоторканий. Німська арена є ще однією визначною пам'яткою, яка подібна за віком римського Колізею.

Камарг – регіональний парк, який є ландшафтом під охороною. ЮНЕСКО внесло в список біосферного заповідника місця в парку де дикі коні прогулюються вздовж золотих пісків, в інших місцях парку живуть своїм повсякденним життям рожеві фламінго. Парк налічує понад 300 видів птахів, як місцевих так і мігруючих, ця відзнака і робить заповідник найкращим місцем для спостереження за птахами [28].

Сен-Тропе – чудова гаряча точка на так добре відомій Французькій Рив'єрі, яка зачаровує своїми пейзажами (на південно-східній частині здіймаються Альпи), архітектурою та блискучим морем. Місто є візитною карткою блиску та гламуру, нерідко там можна зустріти на вилиці знаменитість.

Мон-Сен-Мішель, внесений до списку ЮНЕСКО, оточений холодними водами Ла-Маншу вздовж пам'ятного узбережжя Франції. Замок відомий як «Піраміда Морів», який височіє над навколишнім ландшафтом, відкриваючи, відкриваючи один із найгарніших краєвидів світу [28].

Шато де Шамбор вважається справжнім шедевром, який завдячує своїм походженням французькому Відродженню. Заснований на початку 1500-х років, має понад 400 кімнат, 282 каміни та навіть 83 сходи.

Шартський собор – середньовічна готична споруда, якій понад 800 років, собор надихав і був справжньою святинею. У соборі, внесеному до списку ЮНЕСКО, є вражаючі вітражі. Два вікна особливо улюблені: вікна блакитної Діви та Страстей. Які майже такі ж старі, як і сам собор [28].

Пон-дю-Гар – акведук висота якого досягла 50 км, є одним із найвражаючих римських творінь. У 1985 році був внесений в список ЮНЕСКО [28].

Палац Фонтенбло. Старіший за Лувр та Версальський палац, Фонтенбло колись був домом Марії Антуанетти. Саме в цьому палаці Наполеон зрікся престолу і був засланий на Ельбу. Неймовірний історичний палац, який ще й до того, залишився таким, яким був.

Отже, основні передумови розвитку готельного господарства Франції: географічне розташування: Франція має вигідне географічне розташування та хороші кліматичні умови. Культурна спадщина: Французька культура має світову славу, що робить країну привабливою для культурного туризму. Багато музеїв, пам'яток архітектури та історичних місць. Країна має добре розвинену туристичну інфраструктуру, що включає мережу готелів, ресторанів, аеропортів, залізничних станцій та інших транспортних засобів. Це забезпечує зручне та комфортне перебування в ній.

2.3. Аналіз розвитку готельного господарства Франції

Загальний готельний ринок Парижа зафіксував 4% щорічне зростання RevPAR між 2009 і 2019 роками, головним чином завдяки зростанню середніх ставок у результаті збільшення частки міжнародних гостей і просування готельної пропозиції Парижа на вищий ринок. Різке зниження продуктивності після появи пандемії COVID-19 залишається скромнішим, ніж в інших європейських столицях [40]. Відновлення після другої половини 2021 року демонструє стійкість ринку: у 2021 році RevPAR (це показник, який використовується в індустрії гостинності для оцінки здатності готелю заповнювати наявні номери із середньою швидкістю) досяг приблизно 50% від рівня 2019 року порівняно з приблизно 20% в Амстердамі або 30% у Брюсселі [21].

Загалом готельна індустрія Франції завершила 2021 рік зі зниженням обороту на -43% порівняно з 2019 роком.

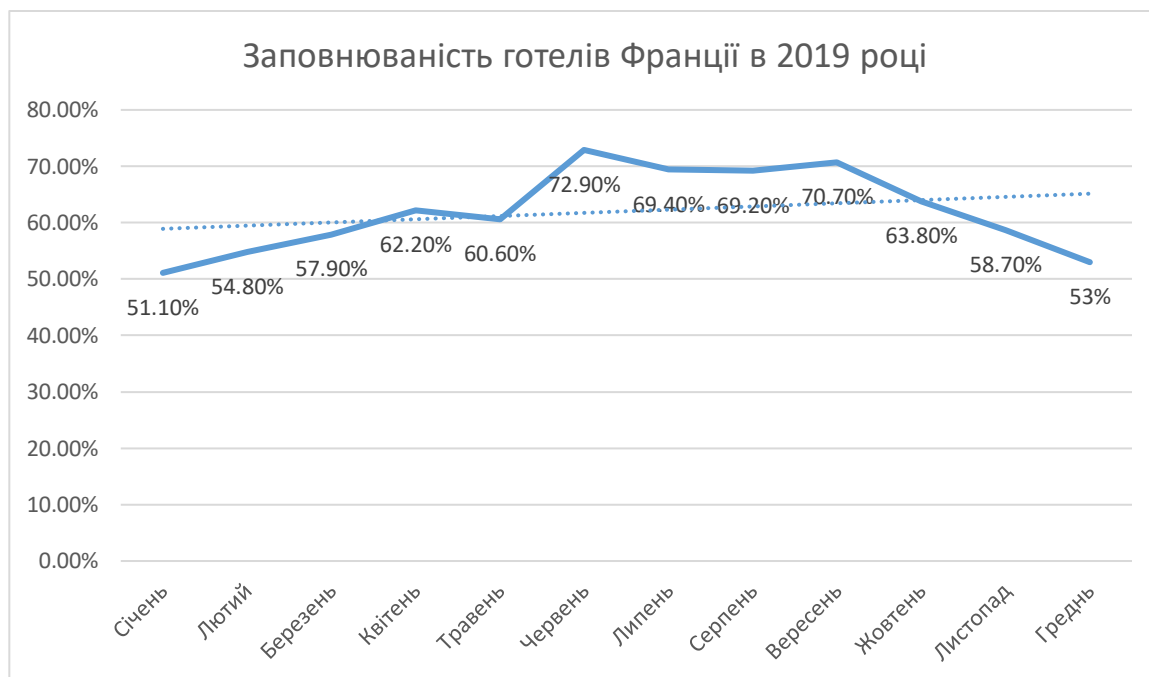


Рис.2.2. Заповнюваність готелів Франції у 2019 році

Джерело: розроблено автором на основі джерела [27].

Показники ефективності готельного сектору Франції продовжували покращуватися протягом 2022 року, підтверджуючи позитивну динаміку, яка спостерігалася протягом усього першого кварталу 2022 року [26]. Хоча все ще нижче показників березня 2019 року, завантаженість збільшилася на вісім пунктів порівняно з лютим 2022 року, досягнувши 56%. RevPAR також продемонстрував незначне зростання протягом березня 2022 року, але він залишається на 3% нижче показників 2019 року. Лише середній дохід за орендовану кімнату підтвердив своє зростання порівняно з 2019 роком, опублікувавши зростання на 8% до 95 євро в березні 2022 року [21].

Незважаючи на надію на найближчі місяці та відновлення сектора, на цю тенденцію до зростання, ймовірно, вплинуть триваюча інфляція, зростання зарплат і цін на енергоносії, зокрема через війну в Україні.

Франція має великі провідні міжнародні готельні групи, такі як Accor і Louvre. Але на відміну від багатьох країн, 83 відсотки французьких готелів від однієї до чотирьох зірок (60 відсотків у Парижі) є незалежними з меншою фінансовою підтримкою та прибутковістю. Вони належать або фізичним особам, або теж спеціальним компаніям, створеним для індивідуальних схем звільнення від податків. Дев'яносто три відсотки бронювань здійснюються через онлайн-туристичні агенції (OTA), і ця система підходить як для великих груп, так і для окремих готелів.[21]

Відповідно до останнього звіту Atout France про бізнес-клімат у 2021 році Франція досягла кращих результатів, ніж її європейські сусіди. Різниця між цифрами щодо туризму у Франції порівняно з 2019 роком скорочується з місяця в місяць. За міжнародними доходами Франція залишається європейським лідером, випереджаючи Іспанію та Італію. Сумарно за перші 11 місяців 2021 року надходження від міжнародного туризму склали 31,4 млрд євро, порівняно з 26 млрд євро в Іспанії та 20,6 млрд євро в Італії. Різниця з 2019 роком становить -40,4% у Франції порівняно з -61,4% в Іспанії та -50,9% в Італії, що відображає кращу стійкість туризму у Франції [23].

Обсяг комерційних туристичних ночей для внутрішніх клієнтів зріс на 12,6% порівняно з 2020 роком (сукупним підсумком за перші 11 місяців) і знизився лише на -7,5% порівняно з 2019 роком. Порівняно з 2020 роком у всіх напрямках спостерігалось збільшення кількості нічліг усередині країни, крім гірських районів через закриття гірськолижних трас [23].

У 2021 році кількість туристичних місць розміщення включаючи готелі та інші засоби розміщення у Франції зменшилося на 677 закладів (-3,82 відсотка) з

2020 року. Таким чином, кількість туристичних готелів у Франції була найнижчою в 2021 році – 17 056 закладів.

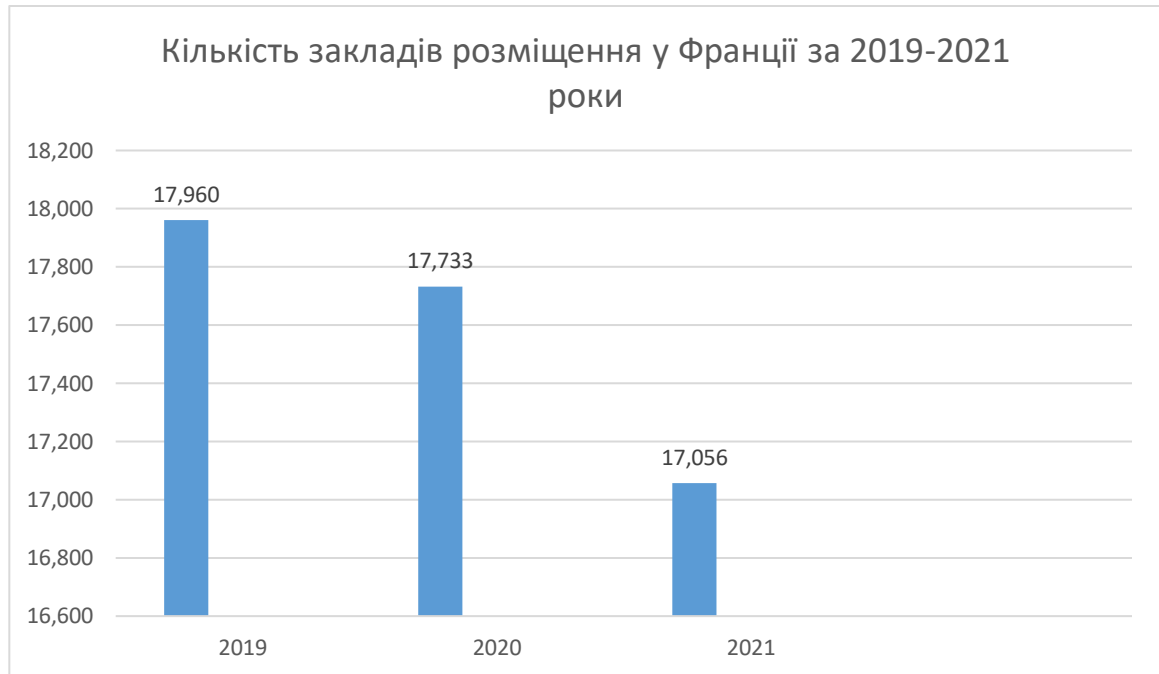


Рис. 2.3. Кількість закладів розміщення у Франції за 2019-2021 роки
Джерело: розроблено автором на основі джерела [27].

Станом на березень 2022 року на території Франції були різні типи закладів туристичного розміщення. Серед них найчисленнішими були туристичні готелі та кемпінги. Насправді у Франції налічувалося 17 046 туристичних готелів і 8 139 кемпінгів. У той самий період найменш чисельними туристичними закладами були молодіжні хостели та центри перетримки, де було близько 350 об'єктів.



Рис. 2.4. Кількість закладів туристичного розміщення у Франції за березень 2022 року за типами

Джерело: розроблено автором на основі джерела [25].

Загалом із квітня по вересень 2022 року туристи провели у Франції 322 мільйони ночей, що на 2,4 відсотка більше, ніж у 2019 році [26]. Згідно з даними Національного інституту статистики, із загальної кількості проведених ночей більшість зафіксували місцеві туристи, і ця кількість зросла на 5,3 відсотка порівняно з попереднім 2021 роком, повідомляє SchengenVisaInfo.com . лише до кінця сезону було помічено поступове повернення іноземних відвідувачів, яке становило 4,3 відсотка за весь період. Відновлення кількості туристів було значним у кемпінгах, але трохи меншим в інших місцях розміщення, включаючи готелі. Зросла кількість ночівель у закладах найвищого класу. Кількість туристів зросла в більшості столичних регіонів. Лише Іль-де-Франс і Гран-Ест не повернулися до рівня до санітарної кризи. Берегова лінія була головним

бенефіціаром відновлення кількості відвідувачів, особливо північне та нормандське узбережжя [21].

Кількість туристів значно зросла за останні місяці, починаючи з серпня, тоді як на рівні до пандемії країна привабила майже 90 мільйонів міжнародних відвідувачів, тоді як дані за 2022 рік ще не оприлюднені, і результат виглядає вагомим [26].

«У другому кварталі 2022 року у Франції заповненість місць колективного розміщення туристів, за винятком кемпінгів, виражена в кількості ночей, була близькою до рівня другого кварталу 2019 року, але залишилася на три відсотки нижчою», — йдеться в повідомленні Інституту [26].

За даними Євростату, Європейського статистичного бюро, із загальної кількості 28,1 мільйона доступних ліжок у 597 000 місць розміщення в Європі, Італія та Франція становлять більше однієї третини всіх доступних ліжок із рівнем зайнятості 5,1 мільйона ліжко-місць, відповідно.

Порівняно з показниками заповнюваності 2020 року, коли ЄС мав справу з пандемією COVID-19, кількість ліжок і закладів залишилися на незмінному рівні. Однак порівняно з рівнем 2019 року кількість ліжко-місць у 2021 році скоротилася на два відсотки (28,8 млн), а кількість доступних закладів була трохи меншою – на три відсотки нижче, сягнувши загалом 617 953 місць [27].

У Франції працює багато готельних мереж, які представлені у різних сегментах ринку та мають різні концепції. Нижче перераховані деякі з найбільш відомих готельних мереж Франції:

1. Relais & Châteaux - це готельна мережа, яка складається з більш ніж 500 готелів та ресторанів в 60 країнах світу. Готелі мережі Relais & Châteaux мають високий рівень обслуговування та надають унікальний досвід проживання в розкішних віллах та замках.

2. Leading Hotels of the World - це готельна мережа, яка включає більше 400 готелів в 80 країнах світу. Готелі мережі Leading Hotels of the World є розкішними

та елегантними, вони надають високий рівень сервісу та індивідуальний підхід до кожного гостя.

3. AccorHotels - як ми згадували раніше, це найбільший готельний ланцюг в Франції, що налічує понад 4 800 готелів у більш ніж 100 країнах світу. У своїй готельній мережі AccorHotels має різні бренди, такі як Sofitel, Novotel, Pullman, Mercure, Ibis, і т.д.

4. InterContinental Hotels Group - це готельна мережа, яка має більше 5 600 готелів у більш ніж 100 країнах світу, включаючи кращі готелі, такі як InterContinental, Crowne Plaza, Holiday Inn та Hotel Indigo. У Франції є понад 70 готелів InterContinental Hotels Group.

5. V&V Hotels - це готельна мережа, яка спеціалізується на доступних готелях для туристів та бізнес-подорожуючих. Мережа V&V Hotels має більше 500 готелів у більш ніж 10 країнах світу [21].

Отже, Франція є однією з провідних країн у готельній індустрії, з більш ніж 17 тисяч готелів та майже 1 мільйоном номерів. Розмір та різноманітність готельного господарства Франції дозволяє задовольняти потреби різних категорій туристів, включаючи бюджетний, середній та розкішний сегменти. Розвиток готельного господарства Франції сприяє зростанню туризму та економіки країни в цілому. Це створює нові робочі місця та сприяє розвитку інших секторів, таких як ресторани, транспорт та роздрібна торгівля. Франція навіть після періоду пандемії Covid-19 лишається найвідвідуванішою країною Європи. Показники ефективності готельного сектору Франції продовжували покращуватися протягом 2022 року, підтверджуючи позитивну динаміку, яка спостерігалася протягом усього першого кварталу 2022 року. Прогнозується стрімке зростання цих показників у 2023 році.

2.4. Територіальна організація готельного господарства Франції

Франція є однією з провідних країн у галузі туризму, яка пропонує багато місць для відпочинку, від відомих музеїв до гірських курортів. Один з ключових елементів французької туристичної системи - це готельне господарство, яке складається з мереж готелів, курортів, кемпінгів і багатьох інших, розташованих по всій країні [20].

Однією з особливостей територіальної організації готельного господарства Франції є регіональний підхід до розвитку туристичної індустрії. Кожна область та місцевість країни має свої унікальні особливості та пропонує різні форми відпочинку. У Франції є багато різних типів готелів, від малих готелів-пенсіонів до розкішних п'ятизіркових готелів. Окрім того, в кожному регіоні Франції існують органи місцевого самоврядування, які сприяють розвитку туризму та забезпечують необхідну інфраструктуру для туристів. Ці органи працюють у партнерстві з готельними підприємствами, туроператорами, агентами з нерухомості та іншими учасниками туристичного ринку для розвитку туризму в регіоні та залучення нових туристів. Одним з основних факторів, які впливають на розвиток готельного господарства Франції, є географічне положення. Зокрема, велика кількість туристів приїжджає в Париж та на південь Франції, що сприяє розвитку готельних мереж в цих регіонах [20].

Територіальна організація готельного господарства Франції характеризується розвиненою мережею готелів у всіх регіонах країни. Готелі розташовані в містах, на побережжі, в гірських регіонах та на інших туристичних маршрутах. У кожному регіоні Франції є мережа готелів різних категорій і цінових категорій, від розкішних готелів до бюджетних готелів, що відповідає потребам туристів з різним рівнем доходів. Крім того, більшість готелів знаходяться в історичних та культурних центрах країни, що забезпечує зручний доступ до визначних туристичних об'єктів [20].

Франція розбита на 18 регіонів, з них 13 розташовані на континентальній «метропольній» території, 5 – на заморських територіях. Кожен з них має свої органи самоврядування з питань туризму. Найбільші та найпопулярніші з них - Іль-де-Франс (регіон, до якого входить Париж), Окситанія, Нормандія (дод. А), Прованс-Альпи-Лазурний Берег та Нова-Аквітанія. У Франції існує 96 департаментів (адміністративних одиниць на другому рівні), кожен з яких має власний орган самоврядування з питань туризму - департаментальну раду туризму (Conseil Départemental de Tourisme) [24].

Починаючи з 17 грудня 2014 року парламент Франції прийняв закон про скорочення кількості регіонів у метрополітені Франції з 22 до 13, який набув чинності з 1 січня 2016 року. Примітка: закордонні регіони такі як Гваделупа, Мартиніка, Французька Гвіана, Реюньйон та Майотта не потрапили під територіальні зміни регіонів [30].

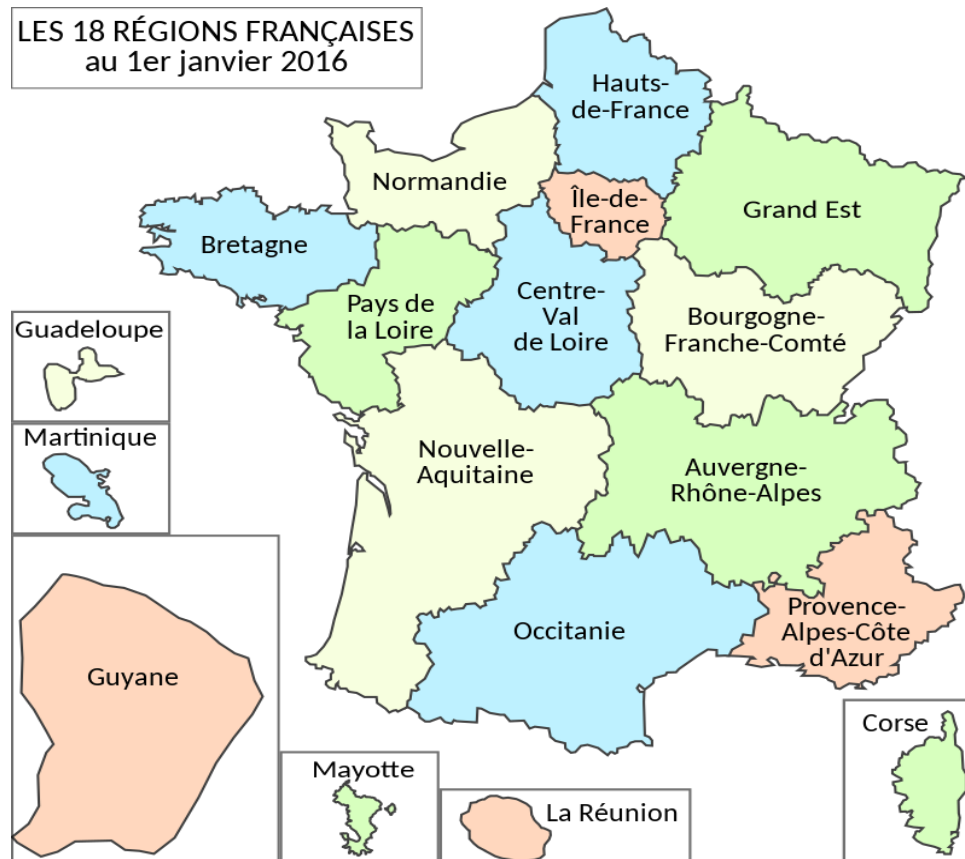


Рис. 2.5. Чинні регіони Франції та їх назви з 1 січня 2016 року

Джерело: [28]

На графіку представлена кількість готелів Франції за регіонами окрім Майотти, станом на січень 2023 року. За даними цієї статистики у 2023 році Овернь-Рона-Альпи є регіоном з найвищим рівнем готелів 2 545 заклади, не відстає від нього і один із найбільш популярних регіонів країни Іль-де-Франс з кількістю понад 2 400 готелів(рис.2.6.) [27].



Рис. 2.6. Кількість готелів Франції за регіонами, крім Майотти, станом на 1 січня 2023 року.

Джерело: розроблено автором на основі джерела [27].

Отже, територіальна організація готельного господарства Франції є важливою складовою національної туристичної системи країни. Вона допомагає забезпечити належний рівень обслуговування для туристів та допомагає залучати нових відвідувачів у різні регіони Франції. Допомагає забезпечити належний рівень обслуговування для туристів та залучати нових відвідувачів у різні регіони Франції, підтримує розвиток туризму в різних регіонах країни та сприяє залученню нових відвідувачів до країни.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ФРАНЦІЇ

3.1. Проблеми розвитку готельного господарства Франції як складової національної туристичної системи

В останні роки у готельно-ресторанній індустрії спостерігаються наступні проблеми:

- дефіцит кадрів (через низьку заробітну плату та як наслідок Covid пандемії);
- витрати на персонал (щоб компенсувати затримки у винагороді, а також залучити робочу силу);
- не погашений готельєрами Le PGE (кредит під державну гарантію);
- зростання цін (через інфляцію, здороження вартості на продукцію та енергоресурси через війну в Україні).

Варто проаналізувати ці проблеми детальніше:

Труднощі з працевлаштуванням у цій сфері. Стало все важче підібрати і найняти відповідний персонал. Світ змінився, і очікування працівників також, багато хто не хоче миритись з особистими жертвами та обмеженнями, які були до цього. З 2021 року в секторі готельної індустрії було зафіксовано втрату майже в 237 000 працівників у період з лютого 2020 року по лютий 2021, і це при тому, що за попередні два роки готельний сектор збільшився лише на 50 000 співробітників. [32]. Проблема підбору персоналу не є новою в секторі готельного господарства, тим не менш, вона залишається однією з головних. Брак робочої сили стає ще більш проблематичним у середині літа, коли сектор має працювати на повну силу. У той час коли 59% керівників підприємств намагаються найняти персонал, кількість компаній, які мають труднощі з пошуком подібного профілю співробітника, становить 97% [31].

Covid-криза значно загострила проблему працевлаштування, яка вже існувала до того, виявивши нестабільність і вимоги працівників до заробітної плати. Зазвичай щороку оновлюється третина загальної робочої сили готельного господарства та індустрії громадського харчування [33]. Проте різниця полягає у тому, що з 2021 року більше співробітників залишили цей сектор, ніж приєдналися до його лав. Стало вкрай важко залучити нових працівників в цю галузь, не дотримавши всіх їхніх вимог, таких як можливість працювати дистанційно, вільні вихідні дні та вечори, справедливіша винагорода та пропозиція роботи [34].

Спосіб життя працівників значно змінився, вони звикли залишатися вдома за розкладом; люди, які працювали пізно ввечері, у вихідні та святкові дні, дізнались, що можна більше відпочивати без реальної втрати зарплати. У зв'язку з пандемією впровадження часткової діяльності та дистанційної роботи для виконання певних адміністративних завдань викрило проблему недостатньої гнучкості сектора, який звик до стійких ритмів і часто не сумісний із життєвим балансом [33].

Проблема з набором персоналу також частково спричинена тим, що заробітна плата заморожена з 2018 року [30]. Більшість працівників переосмислили свої пріоритети (наприклад, проводити час більше з сім'єю). Аби відновити привабливість свого бізнесу у секторі готельного господарства 62% керівників з готельного сектору кажуть, що підвищили зарплати у 2022 році всім своїм працівникам, в той час 22% кажуть, що вони не в змозі підвищити зарплати у найближчий час [31]. Колективний договір не передбачає ні нічних надбавок, ні надбавок до зарплати у разі недільної роботи чи святкових днів, ні компенсацій. Проте більшість компаній знекровлені, майже зруйновані пандемією і не можуть підвищити зарплати, щоб залучити більше кандидатів.

Для залучення співробітників було прийнято багато ключових рішень: можливість дистанційної роботи, вільні вечори та вихідні дні, деякі заклади зробили ставку на інвестування в технологічні інструменти, щоб автоматизувати якомога

більше повторюваних завдань і дозволити працівникам зосередитись на завданнях, які вимагають більше «людського інтелекту» та навичок спілкування.

Починаючи з січня 2022 року тарифи в готельній індустрії зазнали вражаючого зростання, згідно за останніми даними компанії MKG, яка збирає дані французького готельного сектору, середня ціна за номер у 2022 році досягла 107 євро, що на 27% вище, ніж у 2021. До прикладу в Парижі ціни злетіли найбільше, на 42% вище, ніж у 2021. У середньому за ніч в столиці потрібно розрахувати на 148 євро [25].

Для власників готелів таке підвищення цін є, перш за все, способом компенсувати збитки за роки пандемії Covid-19. В готелях провінції за рік ціни зросли лише на 13% в порівнянні з останніми роками [33]. Якщо порівнювати з 2019 роком до пандемії, то ціни зросли вдвічі, ніж інфляція за той самий період. Мебльоване житло для туристів дотримується тієї ж тенденції: добова ставка за оренду мебльованого житла на сайті Airbnb зросла на 28% з листопаду 2019 року [34].

Інфляція ще більше погіршує ситуацію, тому що зростання цін не щадить жодну компанію. При 5% інфляції 56% керівників готельних підприємств вважають, що вони зможуть адаптуватись, але при 10% інфляції лише 7% підприємств мають здатність працювати. Щоб впоратись зі зростаннями цін на енергоносії та сировину, 64% готельних підприємств вирішили скоротити енергоспоживання, 61% знайшли вихід у тому, щоб частково перекласти зростання вартості на ціну їхніх послуг, 8% підприємств зробили це в повному обсязі [31].

Зі стрімким зростанням усіх витрат і загалом інфляцією готельно-ресторанна індустрія, має великий ризик втратити прибутковість. За оцінками La Banque de France, зростання індексу споживчих цін має становити 6% у 2023 році, а потім впасти до 2.5% у 2024. [29]. В готельній індустрії це каскад збільшення операційних витрат, які є відповідальністю власників:

- Вода-енергія: освітлення та опалення приміщення, робота електроприладів, водопостачання, гаряча вода, кондиціонування повітря коштують, та коштуватимуть все дорожче.

- Споживчі товари: для громадського харчування, бару чи готельного сніданку також стрімко зростатимуть ціни, адже збільшуються витрати на виробництво та обробку продуктів і пакування, існує дефіцит або обмеження певних продуктів, збільшується вартість транспортного перевезення, тощо.

- Витрати на персонал: щоб компенсувати затримки у винагороді, а також залучити робочу силу, якої вкрай бракує, витрати на персонал є занадто обтяжливими в секторі. Мінімальна заробітна плата в готелях вже зросла у 2023 році майже до 2100 євро на місяць (включно із збільшенням годинами) та виплат у натуральній формі (харчування) [31]. В умовах постійного пошуку кваліфікованого персоналу, безумовно, ці експлуатаційні витрати набудуть ще більшої ваги.

- Le PGE (кредит під державну гарантію): власники готелів повинні погасити гарантовані державою позики, отримані під час кризи в галузі охорони здоров'я. Різке зростання операційних витрат і водночас необхідність погашати будь-які борги та PGE для багатьох готельєрів є нездоланим завданням. У готельній індустрії та сфері громадського харчування наприкінці червня 2022 року кожен четвертий підприємець, якого стосується PGE, стверджував, що не може відшкодувати свої витрати [29].

Отже, незважаючи на те, що з 2-го кварталу 2022 року, який вважається хорошим для туризму до COVID пандемії і який перевищив рівень заповнюваності готелів, зафіксований у 2019 році, готельно-ресторанне господарство, переживають тяжкі часи через недостачу персоналу, без якого неможливо надати належної якості послуги, через інфляцію та непогашені кредити, які було надано державою власникам готелів для підтримання їх у кризовий період [26]. Слід зауважити, що поступово туризм у Франції повертається до своїх докризових темпів у цьому

секторі, включаючи готельну індустрію. З вакцинацією пандемія більше не є головною перешкодою для економічного відновлення.

3.2. Перспективи розвитку готельного господарства Франції

До 2025 року все очікується відкриття майже 500 нових готелів, тобто ще 50 000 номерів. При цьому майже наздогнали за заповнюваністю 2019 рік (-6%) і значно перевищили результати за середньою ціною (+16%) та за обігом (+9%). Найпопулярнішими напрямками є Париж і Лазурний беріг (+18%), але в цілому скрізь спостерігається повернення до нормальної відвідуваності [22].

На 2023 рік передбачається подальше зростання доходу за номер +4% у регіонах, +4,5% на Лазурному березі та +6,5% у Парижі. Збільшення відвідуваності спричинене наздогананням, порівняно з першим місяцями 2022 року під впливом хвилі Omicron, привабливістю єврозони по відношенню до американських клієнтів [33]. У Франції кілька великих майбутніх подій також мають стимулювати попит відвідувачів, наприклад: Чемпіонат з регбі 2023 року та Олімпійські ігри 2024 року в Парижі, не кажучи вже про великі торгові ярмарки такі як Le Bourget або Polytech [21].

Масове впровадження дистанційної роботи мало значний вплив на відвідуваність готелів бізнес-клієнтами (-25% бізнес-клієнтів до пандемії). Ця «бізнес» клієнтура представляє для деяких готелів у Парижі та провінціях понад 70% обороту та надає змогу покращити його на цілий рік [36]. У 2023 році для власників готелів важливо створювати інноваційні, модульні, надихаючі коворкінги, щоб прийняти нове покоління ключових і молодих працівників. Подібним чином, відпочинок, тобто поєднання ділових подорожей та туристичних, має стати тенденцією до зростання. У 2023 році все більше та більше мандрівників прагнуть поєднати своє ділове перебування з часом для себе та відкриття нових напрямків [23].

Використання чат-ботів. Це ще одна головна тенденція індустрії гостинності, яка, передбачають, повинна бути особливо корисно. Наприклад в тих випадках, коли персонал може бути відсутнім для інших операцій та заходів готелю або в неробочий час готелю. Головною перевагою чат-ботів це їх цілодобова доступність. Їх можна буде використовувати для збільшення кількості прямих бронювань, надання автоматизованої допомоги протягом усього шляху бронювання, також вони зможуть швидко взаємодіяти з клієнтами різними мовами [38].

2023 рік стане роком розгортання онлайн-оплати для готельної індустрії, це покращить грошовий потік власників готелів і, перш за все, захистить їх від спорів щодо платежів у разі збільшення кількості незаїздів [23].

Планується в подальшому автоматизація та використання штучного інтелекту в готельній індустрії. Автоматизуються деякі повторювальні завдання, наприклад: менеджери каналів і PMS (програмне забезпечення для управління готелем) спростять та автоматизують певні адміністративні й управлінські завдання. Проте, гостинність є, була та буде, перш за все, професією, пов'язаною з обслуговуванням і багато робочих місць в цій галузі є неможливими для автоматизації [38].

За прогнозами експертів 2023 рік відзначиться значним зростанням захисту навколишнього середовища та сталого розвитку з боку гостей готелю (та готельєрів). Екологічна обізнаність і турбота про збереження планети для майбутніх поколінь стає все більш важливим. Щоб задовільнити потреби мандрівників власникам готелів доведеться брати участь в ініціативах, спрямованих на зменшення викидів вуглекислого газу та сприяння сталому розвитку. Це передбачає використання місцевих та екологічно відповідальних продуктів, впровадження програм переробки та управління відходами, боротьбу з харчовими відходами тощо [23].

Прогнозують, що інвестиції в стійкі технології та практики власники готелів зможуть скоротити свої довгострокові витрати та бути більш конкурентоспроможними на ринку. Також ця тенденція також вигідна для готелів:

екологічні ініціативи часто означають зниження довгострокових експлуатаційних витрат [32].

Отже, технології та автоматизація будуть мати величезний вплив на індустрію туризму та гостинності. Готельєри будуть створювати та використовувати системи онлайн-платежів, служби доставки та допомогу і підтримку чат-ботів для того, щоб задовільнити зростаючий попит на ці послуги. Тенденція на здоровий спосіб життя, сталого та повільного туризму буде виграшною стратегією для власників готелів, які прагнуть задовільнити очікування своїх клієнтів, зберігаючи свою прибутковість.

3.3. Розробка концепції готелю для Франції

Пандемія COVID-19 прискорила впровадження цифрових технологій у сфері гостинності. Весь сектор перевіряв повністю контакти між людьми, намагаючись мінімізувати взаємодію, щоб уникнути будь-якої передачі вірусу [40]. Почали стрімко розвиватись сучасні технології в готельній індустрії щоб пристосуватись до нових звичок споживачів де цифровізація є невід'ємною частиною повсякденного життя. Також пандемія повпливала на те, що у 2021 році глобальний відсоток працівників, які працюють повний робочий день віддалено подвоївся. Дистанційна робота одна із теперішніх вимог працівників до роботодавців і їх вакансій, і ця тенденція, скоріше за все, ще продовжуватиметься [23].

Враховуюче це все, в своїй розробці концепції готелю для Франції я вирішила об'єднати дві сучасні трендові концепції готелю: розумний готель, як основна концепція, та коворкінг-готель [37]. Суть цих концепцій полягає в тому, що: концепція розумних готелів базується на використанні передових технологій для поліпшення досвіду перебування гостей та ефективного управління готелем. Розумні готелі використовують такі інтернет речі: штучний інтелект, автоматизація

багатьох процесів та інші інноваційні рішення для надання персоналізованого сервісу, забезпечення комфорту гостей та оптимізація роботи готельної індустрії.

Основні компоненти розумного готелю:

- Розумні номери. Кожен номер оснащений різними пристроями IoT (це пристрої та фізичні об'єкти, оснащені електронними компонентами, такі як сенсори, датчики та виконавчі механізми). Наприклад: «розумний телевізор», датчики освітлення, терморегулятори та інші. Головна фішка яких це те, що гості самостійно зможуть керувати цими всіма пристроями за допомогою голосових команд або мобільних додатків (дод. В.).
- Персоналізований сервіс. Розумний готель буде використовувати AI систему (штучний інтелект) та аналітичні системи для збору та аналізу даних про гостей. Це дозволить готелю пропонувати персоналізовані рекомендації щодо послуг, таких як ресторани, кафе, туристичні маршрути, магазини, розваги тощо [34].
- Автоматизована система. В готелі буде використовуватись система управління, яка буде автоматизувати такі процеси як: облік записів, замовлення, розподіл кімнат, обслуговування номерів тощо. Така система допоможе оптимізувати роботу персоналу і зменшити витрати готелю [32].
- Безпека та контроль доступу. Особистий простір та доступ до персональних даних завжди був, є і буде важливим для споживачів. Тому з використанням IoT-технологій, розумний готель зможе мати систему контролю доступу до номерів, електронні ключі, моніторингові системи такі як відеоспостереження та інші засоби для забезпечення безпеки гостей.

Концепція готелю коворкінгу полягає у тому, що це інноваційна комбінація простору готелю, як закладу проживання та відпочинку, та коворкінгу – місця для праці [37]. Це сучасне рішення для задоволення потреб мандрівників, які працюють онлайн і прагнуть поєднати свій відпочинок з роботою. Основною ідеєю готелю з такою концепцією полягає у тому, щоб створити стимулююче та продуктивне

середовище для гостей, де вони зможуть поєднувати працю, спілкування та відпочинок (дод. С.) [38].

Ці концепції для розробки готелю було обрано не просто так, адже це сучасні тенденції, які є жадані серед сучасних мандрівників, і вони зможуть повністю задовільнити їхні потреби у відпочинку і навіть роботі. Також це новітні технології, які розвиваються з кожним днем, тому такий готель буде не складно пристосовувати до новітніх тенденцій і вдосконалювати.

Для розташування майбутнього готелю авторкою було обрано місто Марсель – це друге місто за розміром у Франції та важливий морський порт. Розумний готель у Марселі буде привабливим для туристів, які бажають насолодитись прекрасним видом на море, зайнятись водними видами спорту, змінити обстановку та набратись натхнення для подальшої роботи, адже, як нам відомо, зміна обстановки дуже добре впливає на роботу працівників, пробуджується нове бажання працювати, виникають нові ідеї, відпочинок дає змогу бути більш стресостійким у непередбачуваних, стресових ситуаціях. Місто Марсель має великий туристичний потенціал це великі пляжі, багато визначних культурних пам'яток, все це може слугувати приверненню уваги відвідувачів, які можуть скористатись перевагами розумного готелю для зручного та комфортного перебування. Також місто є великим технологічним центром Франції, з концентрацією інноваційних компаній та стартапів. Це створює сприятливу атмосферу для розвитку розумних готелів та інтеграцій передових технологій, таких як штучний інтелект, автоматизовані системи управління та інтернет речей. Також для розміщення готелю важливо чи буде зручно до нього дістатись [24]. Марсель має добре розвинену транспортну інфраструктуру, включаючи міжнародний аеропорт та великий порт, що забезпечить зручний доступ для гостей з усього світу.

Розумний готель може підійти для різних сегментів споживачів, але особливо привабливий буде для технічно орієнтованої молоді. Увага таких мандрівників може бути привернута до передових технологій та інновацій. Вони оцінять

можливість керувати номерами за допомогою мобільних додатків, голосових команд або використання інших технологій [38]. Для бізнес-мандрівників, яких може зацікавити швидкий доступ до послуг, зручне розташування, передові технології та місце коворкігну [37]. Такий готель зможе надати їм зручне місце для праці та проживання, що допоможе об'єднати для них зручне місце відпочинку з роботою. Такий готель також буде привабливим для людей, які працюють віддалено і переміщуються з місця на місце. Саме концепція цього готелю може відповідати їхнім очікуванням і задовільнити всі їхні потреби як в роботі, так і в зручному та затишному розташуванні.

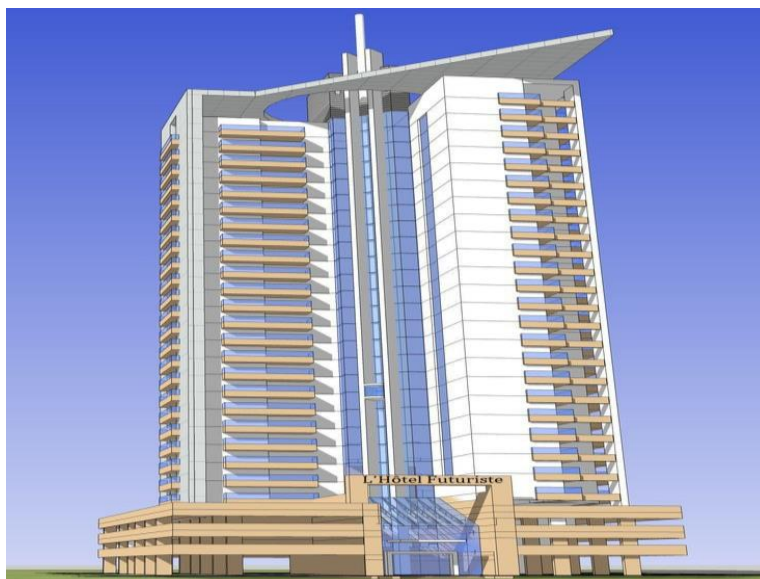


Рис.3.1. Приблизний вигляд майбутнього готелю.

Джерело: розроблено автором на основі джерела [37]

Називатись цей готель буде "L'Hôtel Futuriste" – ця назва вказує на майбутню орієнтованість готелю та використання передових технологій для створення новаторського досвіду перебування. Слоганом готелю будуть такі слова: «L'Hôtel Futuriste де технології зустрічають гостинність майбутнього».

Розумний готель в поєднанні з концепцією готелю коворкігну може запропонувати своїм гостям наступні тематичні заходи [37]:

- Мережеві вечірки – де гості з різних сфер можуть знайомитись, обмінюватись досвідом та розширювати свої професійні контакти.
- Інспіраційні лекції та панелі дискусії. Суть заходу заключається в тому, що до готелю запрошується висококласний спеціаліст для проведення лекцій або панельних дискусій на цікаві теми. Гості мають можливість почути різних авторитетних спікерів та отримати нові ідеї та натхнення [37].
- Сеанси йоги або медитації. Всі ми знаємо як важливе фізичне здоров'я людини, але іноді забуваємо про духовне, воно також варте нашої уваги. Сеанси його ти медитації допоможуть гостям сконцентруватись на собі, на своєму диханні, тілі, розслабитись і відпочити розумово, що в подальшому якісно впливає на працездатність споживача.
- Готель може організувати вечірню дегустацію вин, де гості матимуть можливість познайомитись з регіональними винами, отримати інформацію про їх виробництво та смакувати різні сорти. Можна буде також надати супроводжуючі страви для підсилення смаку і підкреслити їх різноманітні відтінки.
- Вечір у стилі «Майбутнє», де з використанням сучасних технологій, такі як віртуальна реальність або доповнена реальність перенесе гостей у «майбутнє» вечір можна доповнити стравами з цікавою не земною подачею, щоб споживачі відчули себе ніби у науково-фантастичному світі.

У такому незвичайному готелі можуть надаватись такі різноманітні тематичні компліменти для відвідувачів:

- Ласощі місцевої кухні. Готель може привітати гостей традиційними стравами або десертами, які притаманні для цього регіону.
- Надавати безкоштовні напої чи закуски у коворкінговій зоні, наприклад ранковий чай чи кава.
- Привітання мовою країни: персональний листочок чи вітальну картку з привітанням мовою країни, у нашому випадку французька. Таким чином це підкреслить увагу до гостя і він відчуватиме себе особливим і очікуваним.

- Масаж або спа-процедуру. Готель може запропонувати таку безкоштовну послугу, щоб забезпечити гостям відпочинок після тривалої подорожі.
- Додаткові послуги комплімент: готель може надавати безкоштовний доступ до Wi-Fi, швидку зарядку для пристроїв, безкоштовний доступ до преси та журналів.

Існує кілька переконань, які можуть вплинути на вибір споживачів готелю і запевнити їх, що саме наш готель їм потрібен.

1. Зручність та ефективність. Наш готель пропонує автоматизовані системи управління, що дозволять гостям зручно та самостійно контролювати свій номер через мобільні додатки або голосові команди [32]. Це забезпечить швидкий доступ до послуг готелю, таких як замовлення їжі, контроль освітлення та температури та інше.

2. Персоналізація а індивідуальний підхід. Розумний готель здатен збирати та аналізувати дані про переваги та потреби гостей, що дозволяє надати персоналізований підхід до обслуговування. Також він може рекомендувати які визначні місця варто відвідати гостям за їхніми вподобаннями та пояснить їх місце розташування [34].

3. Безпека та контроль. Споживачі самостійно зможуть спостерігати за безпекою своїх речей в номері, за його межами, через підключений на їхньому смартфоні додаток, який надасть їм дозволи до камер відеоспостереження.

4. Мережа та спільнота. Через наявність зони коворкінгу є велика можливість зустріти нових людей, розширити свою професійну мережу і здійснити співпрацю з іншими професіоналами [37].

5. Всебічний сервіс. Готель надає гостям повний спектр готельних послуг, включаючи комфортне проживання, ресторани, фітнес-центри та інші зручності, яка в свою чергу допоможе їм в поєднанні роботи з відпочинком [36].

Отже, концепція майбутнього готелю полягає у поєднанні двох різних концепцій готелю: коворкінг готель та розумний готель. Ці дві концепції разом

повністю доповнюють одна одну. Повністю автоматизований готель з використанням провідних технологій, який включає в собі ще й зону для коворкінгу. На мою думку, саме такі зручності будуть користуватись попитом у теперішнього покоління мандрівників. А також це вирішить проблему з працевлаштуванням у Франції. Адже більшість повторюваної роботи буде автоматизовано, але потреба в персоналі нікуди не зникне, адже ніякий штучний інтелект не замінить людину, тільки в цьому випадку в майбутньому кандидати будуть шукати ті людські якості, які ніяк не автоматизуєш, а це вміння гарно та ввічливо розмовляти, нові ідеї та інше. За такими готелями майбутнє.

ВИСНОВКИ

В загальному розумінні національна туристична система – це процес розвитку туризму з використанням системного підходу управління та дослідження цієї галузі. Туристичні системи є синтезованими і функціонують як складники різних соціально-економічних систем, взаємодіють та мають потужні взаємозв'язки. Вони складається з наступних компонентів: подорожі; перебування; розваги; відпочинок; пізнавальні заходи; оздоровлення тощо.

Готельне господарство є однією з найважливіших складових національної туристичної системи будь-якої країни. Адже готелі, та інші заклади розміщення, відіграють важливу роль у створенні комфортних умов для перебування туристів, забезпечують інфраструктуру для проживання, харчування та розваг. Багато готелів знаходяться в стратегічних місцях, неподалік від туристичних пам'яток, музеїв та інших визначних місць. Також, часто в готелях пропонують вишукані, традиційні страви країни та інше. Це все впливає на економічний розвиток та залученні туристів до будь-якої країни.

Структура готельного господарства це не завжди тільки про послуги, службу прийому, безпеки та реєстрації. Це про тип та клас готелів, які класифікуються за наступними пунктами: кількість номерів; власності та приналежності; рівень обслуговування; цільові ринки тощо. За цими пунктами туристу значно легше визначити якого рівня даний готель, його послуги та який їм найкраще підходить.

Національна система вважається однією з найрозвиненіших та найвпливовіших у світі, завдяки своїй багатосторонній культурі, історії та надзвичайно красивому ландшафту. Країна щорічно збирає більше ніж 90 млн туристів, має висококласні готелі, ресторани та інші сервіси, які забезпечують комфортне перебування туристів. Франція має великий туристичний потенціал, завдяки різноманіттю культурних пам'яток, архітектуру, історію, природні пам'ятки тощо.

Географічне положення країни вважається основою передумов розвитку в ній готельного господарства. Франція має вигідне географічне розташування та хороші кліматичні умови. Багато музеїв, пам'яток архітектури та історичних місць розташовано в країні, що робить Францію привабливою для культурного туризму. Країна має добре розвинену інфраструктуру, включаючи мережу готелів, ресторанів, аеропортів, залізничних станцій та інших транспортних засобів. Всі ці фактори забезпечують комфортне перебування туристів в даній країні.

Розмір та різноманітність готельного господарства Франції дозволяє задовільнити потреби різних категорій споживачів, включаючи бюджетний, середній та розкішний сегменти. Розвиток готельного господарства країни сприяє зростанню економіки в цілому, створює нові робочі місця та сприяє розвитку інших секторів, пов'язані з туризмом: ресторанне господарство, транспортна інфраструктура та дрібна торгівля. У Франції налічується більш ніж 17 тис. готелів та майже 1 мільйон номерів. Навіть за період пандемії Covid-19, Франція залишається найвідвідуванішою країною Європи. Протягом 2022 року показники ефективності в готельному секторі країни продовжували покращуватись, підтверджуючи позитивну динаміку, яка спостерігалась протягом усього першого кварталу 2022 року.

Територіальна організація готельного господарства Франції є важливою складовою національної туристичної системи країни, допомагає забезпечити належний рівень обслуговування для туристів та залучає нових відвідувачів у різні регіони. Особливість територіальної організації готельного господарства країни є регіональний підхід до розвитку туристичної індустрії. В кожному регіоні Франції існують органи місцевого самоврядування, які сприяють розвитку туризму та забезпечують необхідну інфраструктуру для туристів. Готелі країни розташовані в містах, на побережжі, в гірських регіонах та інших туристичних маршрутах, адже територіальна організація готельного господарства країни характеризується розвиненою мережею готелів у всіх регіонах. Так у кожному регіоні Франції є

мережа готелів різних категорій, від розкішних до бюджетних варіантів, що відповідає можливостям та потребам туристів.

Незважаючи на те, що з 2-го кварталу 2022 року, який вважався хорошим для туризму до COVID пандемії, і який перевищив рівень заповнюваності готелів у 2019 році, готельно-ресторанне господарство переживає тяжкі часи через нестачу кваліфікованого персоналу, без якого неможливо надати належної якості послуг; через інфляцію та непогашені кредити, які були надані державою власникам готелю для підтримання їх у кризовий період. Варто відмітити, що поступово туризм в країні повертається до своїх докризових темпів. З вакцинацією пандемія більше не є перешкодою.

Прогнозують, що 2023 рік буде доволі не легким для індустрії туризму та гостинності через, все ще не до кінця вирішені проблеми-наслідки Covid-19; через війну в Україні; зростання цін на енергоносії та продукцію; інфляцію та непогашені кредити. Тож готельєрам слід бути більш гнучкими та оперативним щоб адаптуватись до економічних та політичних змін, та мати змогу реагувати на екологічні та суспільні проблеми своїх клієнтів, посилюючи їх привабливість до країни.

В ході роботи, мною була спроектована майбутня концепція готелю для Франції. Її суть полягає у поєднанні двох трендових концепцій: коворкінг та розумний готель. Повністю автоматизований готель з використанням провідних технологій, який включає в собі ще й зону коворкігну буде користуватись особливим попитом серед відвідувачів, адже через тенденцію дистанційної роботи багато подорожуючих для своїх подорожей уже не воліють брати спеціально відпустку, а прагнуть поєднати подорож та відпочинок.

Також поєднання цих концепцій в майбутньому готелі допоможе вирішити проблему з працевлаштуванням в країні, адже більшість повторюваної роботи буде автоматизовано і персонал зможе витратити свій ресурс у справи де штучний інтелект ніяк не замінить людину та її навички. За такими готелями майбутнє. Тож

незважаючи на позитивні результати, які нам показав 2022 рік, в готельній індустрії та туризмі в загальному, готельерам варто зосередитись на вирішенні таких питань як недостатня кількість робітників, борг перед державою, інфляцію та потреби споживачів, щоб країна й надалі залишалась провідною в готельному господарстві та й в туристичній індустрії в загальному.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко М.Г., Босовська М.В., Охріменко А.Г. Туристична система: генеза та пріоритети розвитку // Економіка і суспільство. 2017. Вип.11. С.54-60.
2. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
3. Височан О. С. Туризм як система // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2014. №797. С.25-38.
4. Герасименко В.Г. Туризм як динамічна соціально-економічна система // Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку: монографія / за ред. М.О. Кизим, В.Є. Єрмаченко. Харків, 2012. С.49-70.
5. Головчан А.І. Головчан А.І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними // Торгівля і ринок України. 2009. №27. С.157-161.
6. Горіна Г.О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип.20. С.46-49.
7. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т.2 / Відп. ред. С.В. Мочерний. К.: Видавничий центр «Академія», 2000. 848 с.
8. Жук М.В. Експортний потенціал регіону: теорія, методологія, практика: монографія. Чернівці: Рута, 2002. 199 с.
9. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності. Чернівці: Зелена Буковина, 2003. 324 с.
10. Мазаракі А.А., Бойко М.Г., Охріменко А.Г. Форсайт розвитку національної туристичної системи // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2018. №3(119). С.5-22.

11. Мальська М. Зінько Ю. Типи і моделі кластерів сільського туризму в Україні // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2018. Вип.2. С.8-23.
12. Мархонос, С.М. Туризм та його вплив на соціально-економічний розвиток країни (на прикладі Чеської Республіки) України / Мархонос С.М., Турло Н.П. // Економіка та суспільство. 2023. № 47. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2115>
13. Мархонос, С.М. Інвестиційне забезпечення розвитку підприємств тимчасового розміщення України / Мархонос С.М., Турло Н.П. // Економіка та суспільство. – Вип.34. – 2021. – <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-35>
14. Мархонос, С.М. Туристичний збір як додаткове джерело наповнення місцевих бюджетів / Мархонос С.М., Турло Н.П. // Фаховий збірник наукових праць НАУ "Проблеми системного підходу в економіці", 2020. - Вип. 3(77)/2020. - С.32-39
15. Markhonos S. International Tourism in the System of Modern Globalization Processes / S. Markhonos, N. Stezhko, Y. Oliinyk, L. Polishchuk, I. Tyshchuk, A. Parfinenko // International Journal of Management (IJM), 11 (3), 2020, pp. 97–106.
16. Миронов Ю.Б. Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи // Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 23-24 листопада 2017 р.). Одеса: ОДАБА, 2017. Ч.1. С.65-68.
17. Охріменко А.Г. Імперативи розвитку національної туристичної системи // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. Вип.23(1). С.59-62.
18. Татаринцева А.С., Олійник О.М. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій // Вісник Запорізького національного університету. Серія: Економічні науки. 2011. №1(9). С.148-153.

19. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму: навч. посібник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005.
20. Юрчишина Л.І. Дестинація як основа регіонального розвитку туризму // Економічний вісник Національного гірничого університету. 2017. №4. С.77-84.
21. Sophie Perret, Mathilde De Bona : «Paris Hotel Market: A Spectacular Start to the Recovery» URL: <https://www.hvs.com/article/9352-paris-hotel-market-a-spectacular-start-to-the-recovery>
22. France's Summer Tourist Numbers Surpassed Pre-Pandemic Levels in 2022 URL: <https://www.schengenvisainfo.com/news/frances-summer-tourist-numbers-surpassed-pre-pandemic-levels-in-2022/>
23. OECDiLibrary: OECD Tourism Trends and Policies 2022 France URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/7d1e9db8-en/index.html?itemId=/content/component/7d1e9db8-en>
24. Mapme.club URL: https://mapme.club/kraini/82-cikave-pro-francii.html#description_block_197457
25. MKG-Consulting URL: <https://www.mkg-consulting.com/>
26. Stéphane Botz: L'industrie hôtelière française en 2022 URL: <https://kpmg.com/fr/fr/home/media/press-releases/2022/10/industrie-hoteliere-francaise-en-2022.html>
27. Statista URL: <https://www.statista.com/>
28. UNESCO URL: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/fr>
29. La Banque de France URL: <https://www.banque-france.fr/en>
30. Légifrance URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/>
31. Journal officiel URL: <https://www.journal-officiel.gouv.fr/pages/accueil/>
32. Mark Watkins: «Inflation & rentabilité hôtelière» URL: <https://coachomnium.com/bonus/bonus-inflation-rentabilite-hoteliere/>
33. Jessica Gourdon: «Les tarifs de l'hôtellerie ont flambé en 2022, sur fond de rattrapage du manque à gagner des années Covid» URL:

https://www.lemonde.fr/economie/article/2022/12/14/les-tarifs-de-l-hotellerie-ont-flambe-en-2022-sur-fond-de-rattrapage-du-manque-a-gagner-des-annees-covid_6154435_3234.html

34. Le secteur de l'hôtellerie-restauration peine à faire face à l'inflation URL: <https://hospitality-on.com/fr/hotellerie/le-secteur-de-lhotellerie-restauration-peine-faire-face-linflation>

35. Olivier Petit: «Perspectives 2023 pour l'hôtellerie, tarifs, RSE : Olivier Petit (In Extenso)» URL: <https://www.voyages-d-affaires.com/olivier-petit-in-extenso-perspectives-2023-rse-20230216.html>

36. Cécile RÉTO, avec Laetitia JACQ-GALDEANO, Caroline BORDECQ (Milan), Juliette DÉMAS (Dublin) et Valentin SCHOLZ (Madrid): «Hôtellerie, restauration, cafés... Le tourisme manque de bras dans toute l'Europe» URL: <https://www.ouest-france.fr/economie/entreprises/crise-du-coronavirus/hotellerie-restauration-cafes-le-tourisme-manque-de-bras-dans-toute-l-europe-f87f7cea-e826-11ec-b33d-b9e7e03cd588>

37. Coworking-et-hotellerie URL: <https://www.bowo.fr/blog/coworking-et-hotellerie-comment-assurer-le-match-parfait>

38. Joanne Dreyfus, Fabien Richard: «Les impacts humains de la crise sur le secteur de l'hôtellerie» URL: <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/talents-et-ressources-humaines/articles/les-impacts-humains-de-la-crise-sur-le-secteur-hotellerie.html>

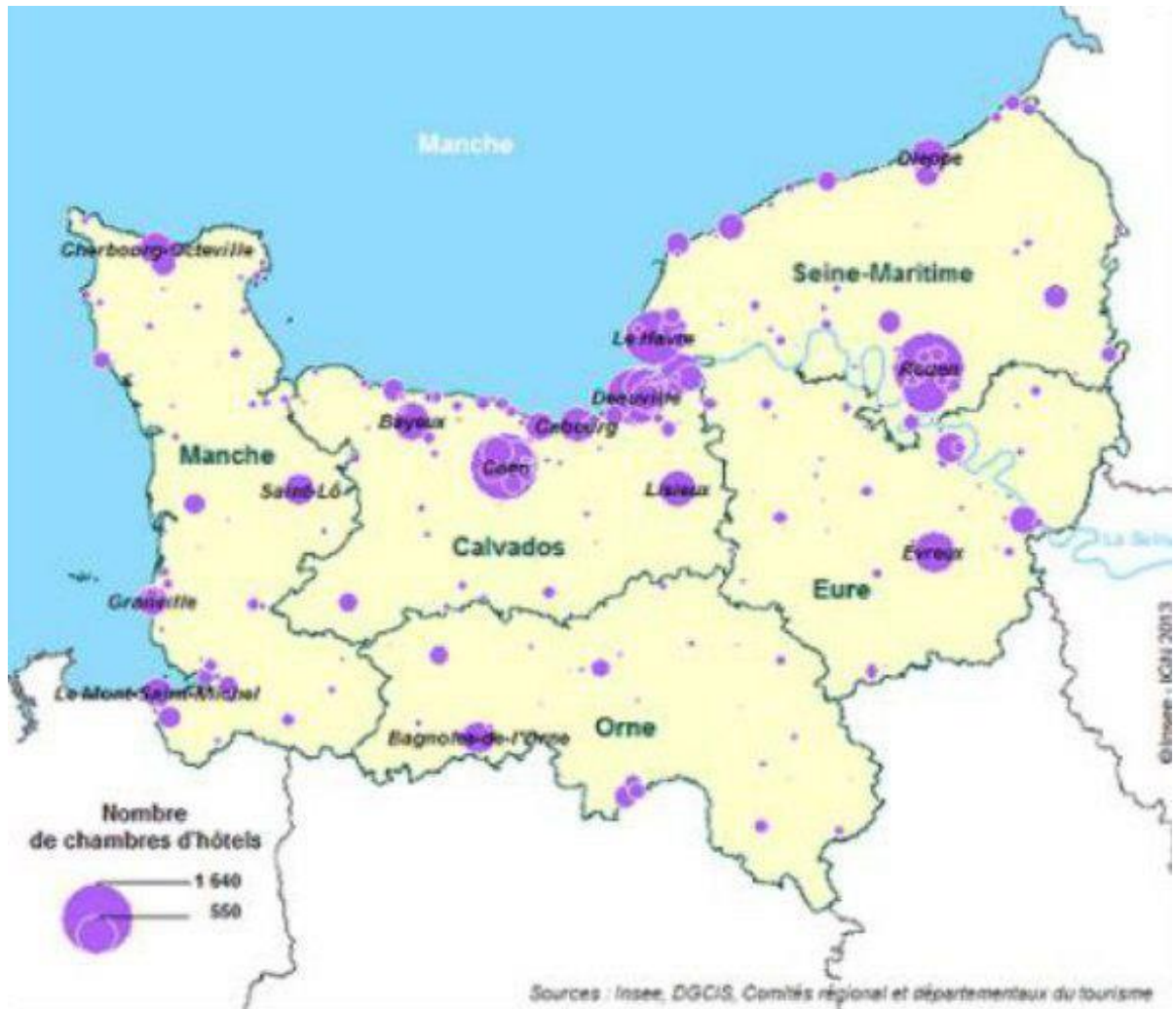
39. Mathilde Visseyrias: «Crise historique pour l'hôtellerie» URL: <https://www.lefigaro.fr/societes/crise-historique-pour-l-hotellerie-20210118>

40. Яковчук М. Вплив COVID-19 на розвиток готельного господарства Франції / XXIII Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки», 4-7 квітня 2023 року.

41. Яковчук М. Нормативно-правове регулювання туристичної сфери у Франції / круглий стіл «Європейські стандарти освітніх програм» НАУ 10 листопада 2022 року.

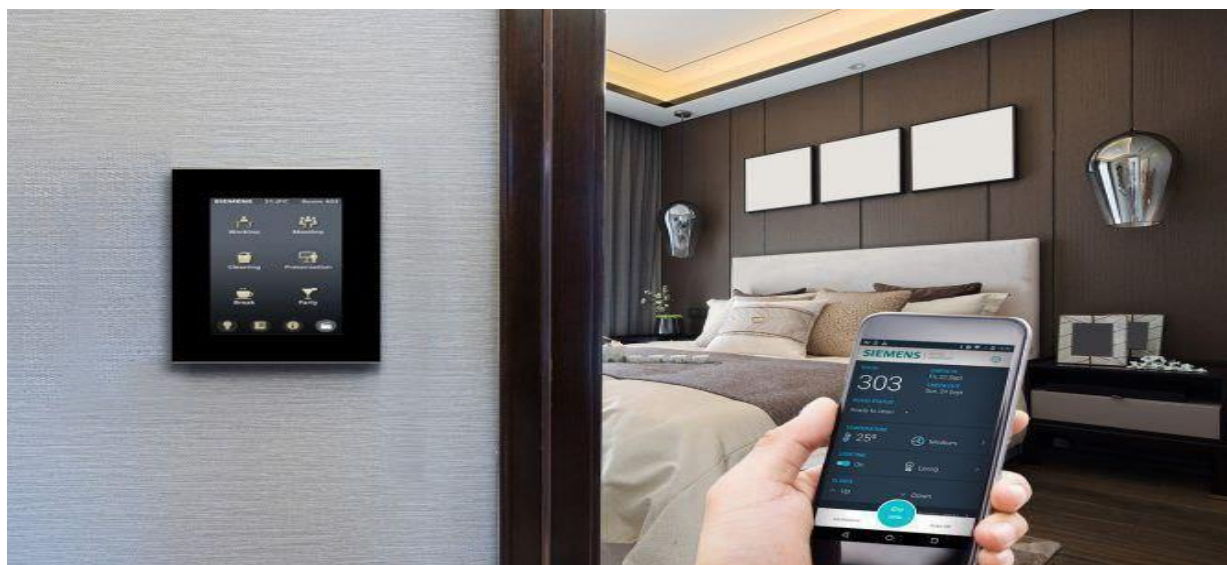
ДОДАТКИ

Додаток А



Карта

Додаток В



Додаток С

