Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

«Розроблення культурно-пізнавального туру територією Бургундії (Франція) та його просування на ринку України»

Студентки 4 курсу, 18 групи,
спеціальності 242 «Туризм»
освітня програма «Міжнародний
туризм», освітній ступінь «бакалавр» _____ Франк Айша Абітовна
підпис студента

Науковий керівник:
к.е.н., доцент _____ Забалдіна Юлія Борисівна
підпис керівника

Гарант освітньої програми:
канд. наук держ.упр.,
доцент _____ Кравцов Сергій Станіславович
підпис *керівника*

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую
Зав. кафедри
_____Тетяна Ткаченко
« »_____2022 р.

Завдання
на випускну кваліфікаційну роботу студентці

Франк Айші Абітовні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення культурно-пізнавального туру територією Бургундії (Франція) та його просування на ринку України»

Затверджена наказом ректора від «01» листопада 2022 р. № 2900

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 02 червня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендації щодо формування культурно-пізнавального туру територією Бургундії та його просування на ринку України

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування культурно-пізнавального туру

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні аспекти розроблення та просування культурно-пізнавального туру територією Бургундії

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ

1.1. Теоретичний базис культурно-пізнавального туризму

1.2. Діагностика ринку культурно-пізнавального туризму

1.3. Ресурсний потенціал Бургундії для розвитку культурно-пізнавального туризму

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ БУРГУНДІЇ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

2.2. Заходи просування культурно-пізнавального туру на ринку України

2.3. Економічне обґрунтування туру

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 – 01.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	02.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022- 10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 – 08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023- 22.05.2023	22.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.05.2023 – 01.06.2023	31.05.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 02.06.2023	01.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання: 2 грудня 2022 р..

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____Ю.Б. Забалдіна

8. Гарант освітньої програми _____С.С. Кравцов

9. Завдання прийняла до виконання студентка _____А.А. Франк

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота Франк А. виконана на актуальну тему, присвячену створенню та промоції продукту культурно-пізнавального туризму територією Бургундії.

Франк А. дотримувалась термінів та виданого завдання. Робота логічно структурована, повністю відповідає заявленій темі. Текст містить графічні та табличні матеріали. Авторка використала достатню кількість інформаційних джерел.

Розкривши у першому розділі роботи сутність культурно-пізнавального туризму та методологію формування відповідного туристичного продукту, авторка проаналізувала стан ринку туризму, а також ресурсний потенціал та інфраструктуру туризму Бургундії.

За результатами роботи було запропоновано програму туру, а також механізм просування продукту культурно-пізнавального туризму на українському ринку.

Робота оформлена відповідно до методичних вимог, містить всі рекомендовані компоненти. Після перевірки роботи на унікальність тексту виявлені недоліки усунені. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Випускна кваліфікаційна робота А. Франк може бути допущена до захисту в Державній екзаменаційній комісії.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

Робота пройшла попередній захист_____

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Айші Франк може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми_____ С.С. Кравцов
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____Т.І. Ткаченко
(підпис, прізвище, ініціали)

« ___ » _____ 2023р.

ЗМІСТ

ВСТУП……..7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ……..9
1.1. Теоретичний базис культурно-пізнавального туризму……9.
1.2. Діагностика ринку культурно-пізнавального туризму…….13
1.3. Ресурсний потенціал Бургундії для розвитку культурно-пізнавального туризму……19
Висновки до розділу 1……24
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ БУРГУНДІЇ……25
2.1. Розроблення маршруту та програми туру……25
2.2. Заходи просування культурно-пізнавального туру на ринку України……30
2.3. Економічне обґрунтування туру……35
Висновки до розділу 1……37
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ……39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……..41
ДОДАТКИ……...45

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні ми розглядаємо туризм як найпоширеніше явище 20-го століття та одне з найяскравіших явищ сьогодення, яке має значний вплив на всі аспекти нашого життя, а також на середовище та ландшафти навколо нас. Одним із ключових двигунів сучасної економіки є туризм.

Високі темпи розвитку та збільшення валютних надходжень мають значний вплив на багато галузей економіки, що сприяє створенню власної індустрії туризму. Приблизно 6% світового ВНП, 7% світових інвестицій, кожна 16-та робоча посада та 11% глобальних споживчих покупок пов’язані з індустрією туризму. Як наслідок, туристична індустрія сьогодні має значний вплив на світову економіку.

Важливість аналізованого питання ще більше підкреслюється тим фактом, що активний туризм відіграє значну роль у просуванні здорового способу життя, а також є значним економічним рушієм суспільного та економічного зростання.

Однією з країн із значним туристичним потенціалом є Франція, зокрема для освітнього туризму. Тому в основі пізнавального туризму лежить наполегливий інтерес до величезного пізнавального потенціалу кожної території, яка включає численні історичні, архітектурні, літературні та археологічні пам'ятки, а також історичні міста і селища, з включенням до програми перебування туристів та участь у святах, фестивалях, знайомство з живописом, балетом, оперою, а також у місцях дії відомих літературних творів та життя відомих людей.

Центральне місце в таких програмах займають екскурсії — освітні та культурні заходи, спрямовані на пробудження цікавості туристів. До дозвілля на цих екскурсіях входять культурно-освітні заходи: творчі зустрічі, документальні фільми про місце призначення, відвідування національних свят, ресторани з різноманітним меню та дегустаціями. Що стосується розміщення туристів, то зазвичай краще розташовувати готель ближче до центру міста.

З економічного погляду культурно-пізнавальні тури до різних міст і країн є дуже вигідними для приймаючої країни, тому що вони майже завжди найдорожчі та захоплюючі для туристів. Ці тури створені для людей, які люблять та прагнуть

до новизни. З екологічної точки зору пізнавальні поїздки – це чудово, але відвідувачі також повинні пам'ятати про навколишнє середовище в країні, яку вони відвідують. В результаті пізнавальні тури є одними з найприбутковіших турів у туристичній галузі.

Метою роботи є розгляд теоретичних аспектів культурно-пізнавального туризму Бургундії і розроблення практичних рекомендації щодо формування культурно-пізнавального туру територією Бургундії та його просування на ринку України.

Для досягнення поставленої мети виконуються наступні завдання:

- аналіз теоретичного базису культурно-пізнавального туризму;
- проведення діагностики ринку культурно-пізнавального туризму;
- характеристика ресурсного потенціалу Бургундії для розвитку культурно-пізнавального туризму;
- розроблення маршруту та програми туру;
- дослідження заходів просування культурно-пізнавального туру на ринку України;
- аналіз економічного обґрунтування туру;

Об'єктом дослідження є процес розроблення та просування культурно-пізнавального туру.

Предметом дослідження: теоретичні, методологічні та практичні аспекти розроблення та просування культурно-пізнавального туру територією Бургундії.

Практична значущість роботи полягає в тому, що отримані висновки можуть бути використані у роботі туристичних підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Структура роботи представлена двома розділами, вступом, висновками, списком джерел і додатками. Всього в роботі 50 сторінок, 8 таблиць і 2 рисунки.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ

1.1. Теоретичний базис культурно-пізнавального туризму

Сучасний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації, однією зі складових економіки, соціальної сфери, духовної культури. Процеси, що відбуваються в туристичній індустрії світу, позначилися і на розвиткові туризму в Україні. Державні документи про туризм визначають його як одну з пріоритетних сфер розвитку національної культури й економіки .

Нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширюють перспективи культурного туризму як ресурсу регіонального розвитку, а також впливу на соціальну й культурну сферу, екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини. Це пов’язано з тим, що в сучасному світі туризм із переважно економічного явища перетворюється на соціальний й культурний феномен. З урахуванням строкатої регіональності України, актуальним стає вивчення впливу культурного туризму на розвиток окремих регіонів [1].

Незважаючи на всі труднощі, наш час є періодом розвитку нових тенденцій у культурному житті, відроджуються раніше забуті імена, пам’ятки й події, по-новому оцінюється історична спадщина. І тому для більшості українських регіонів орієнтація на культурний туризм стає однією з реальних можливостей економічного, соціального й культурного піднесення. Виявлення його потенціалу, як ресурсу розвитку регіону, пов’язане з потребами управлінської практики, необхідністю допомогти територіальним співтовариствам оптимізувати процеси залучення широких верств населення до співробітництва з іншими культурними

співтовариствами, а також процесами, пов'язаними з довгостроковим прогнозуванням розвитку території [1].

Теоретико-методологічні аспекти розвитку туризму протягом останніх років активно досліджують українські та зарубіжні фахівці. Серед активних учасників у справі вирішення проблем культурного туризму чимало вітчизняних учених-філософів, культурологів, таких як В. Пазенок, В. Федорченко, С. Горський, М. Цюрупа. У своїх працях вони розглядають туризм як явище культури і чинник духовного розвитку особистості, виявляють світоглядні аспекти туризму. Особливий інтерес являють праці англійського філософа Дж. Урі, швейцарських та французьких авторів Г. Марселя, А. Оло, Ф. Депре, Ж. Фереоля, Ж.-П. Норека й інших, які стверджують визначальну роль культури в розвитку міжособистіс-них і міжнародних комунікацій, етнічних і національних культур. Теоретичні та практичні аспекти регіонального розвитку туризму досліджують такі відомі вітчизняні вчені як: О. О. Бейдик, В. Г. Гуляєв, А. П. Дурович, Д. М. Стеченко, Л. М. Яцун, В. К. Фе-дорченко, В. І. Цибух, Л. М. Черчик та ін.

Поняття «культурний туризм» («cultural tourism») уперше офіційно на міжнародному рівні застосовано в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.) . Основні документи у сфері культурного надбання продукували дві міжнародні організації - ICOMOS і UNESCO. UNESCO розглядає культурний туризм як відмінний від інших вид туризму, «що враховує культури інших народів». У Хартії по культурному туризму Міжнародної ради по пам'ятках і об'єктах (ICOMOS) культурний туризм визначається як форма туризму, основною метою якого, крім інших цілей, є «відкриття пам'ятників і об'єктів». ICOMOS характеризує культурний туризм як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавального або освітнього і найчастіше елітарного характеру (...) присвячений поширенню й роз'ясненню культурної ідеї» . У сучасних умовах з розвитком авіації, виникненням і поширенням масових форм туризму, «культурний» туризм набув свого сучасного значення.

Основною умовою розвитку культурного туризму є історичний та куль-

турний потенціал країни, рівень забезпечення доступу до нього, а також побу- тові умови проживання туристів [4].

В Україні культурний туризм може розвиватися у кількох різновидах [10]:

- фестивальний (фольклорний) туризм;
- туризм народних ремесел і мистецтв;
- гастрономічний туризм (національної кухні);
- релігійний туризм;
- історико-культурний пізнавальний туризм;
- сільський туризм (туризм побуту етнічних груп);
- етнічний туризм тощо.

Основними напрямами культурного туризму є [15]:

- знайомство з різними історичними, архітектурними або культурними епохами шляхом відвідання архітектурних пам'яток, музеїв, історичних маршрутів; відвідування культурницьких акцій: фестивалів (музичних, театральних, кіно, фольклорних), релігійних свят, виставок;
- відвідування лекцій, семінарів, курсів наукової мови.

Завдяки безлічі факторів культурний туризм став світовим соціокультурним феноменом зі своєю гуманітарною і глобальною місією. Зокрема, привернути увагу широкої світової громадськості до проблем збереження культурного надбання, національних етнокультур, культурної самобутності, культурного різноманіття, а також проблем взаємодії туризму і культури, туризму і культурного різноманіття, туризму і міжкультурного діалогу.

В даний час Франція з 76,5 млн. іноземних туристів у 202 році залишається на першому місці в Європі, випереджаючи Іспанію (53,6 млн.), США (52,69 млн.), Італії (41,18 млн.), Китай (31,23 млн.).

У Франції більше 1 млн. км автодоріг, більше 32 тис. км. залізниць. Довжина берегової лінії складає 5,5 тис. км. (найбільший пляж Європи). Тут знаходиться 90 гірськолижних курортів.

У цій країні більше 20 тисяч готелів, близько 4 тисяч музеїв, приблизно 1,5

тисячі замків, 40 тисяч історичних пам'ятників.

На північному сході межує з Бельгією, Люксембургом і Німеччиною, на сході - з Німеччиною і Швейцарією, на південному сході - з Монако і Італією, на південному заході - з Іспанією та Андоррою.

Морські береги, що простяглися на 3120 км, омиваються Північним і Середземним морями, протоками Па-де-Кале, Ла-Манш і Біскайською затокою. Західний і північний райони Франції рівнинні, в центрі і на сході - середньовисотні гори Центрального Французького масиву, Вогезів і Юри. Південно-західний кордон утворюють високі Піренеї, а на південному сході - Альпи, найвищі гори Західної Європи. Загальна площа країни (з островами) становить 551,6 тис. км^2.

Клімат - помірний морський, на сході перехідний до континентального, на Середземномор'ї - субтропічний. Літо досить спекотне (у липні - серпні від +20°С до +25°С), зима м'яка (у січні від 0°С до +3°С) і досить сира, хоча сніг йде рідко. Найбільш сприятливий час для відвідування Парижа - травень і вересень-жовтень, Рів'єри - вересень. Гірські райони мають свій мікроклімат, властивий районам висотної поясності. Туристів приваблюють поїздки в Париж, на Лазурний берег, а взимку - в Альпи [15].

У 2022 році Франція побила рекорд по числу туристів: кількість іноземних гостей, що відвідали країну в 2007 році, перевищила позначку в 80 млн. чоловік. Як зазначають у Міністерстві туризму Франції, основну частину турпотоку складають жителі європейських країн, зокрема, Британії, Ірландії і США. З України в цю країну їде значно менше туристів, що не завадило їй увійти до десятки головних для Франції туристичних ринків [24].

Види туризму, які найбільш розвинені у Франції: екскурсійний, пляжний, гірськолижний, лікувально-оздоровчий, спортивний, подієвий та ін.

До найбільш популярних пам'яток Парижа ставляться Ейфелева вежа (близько 6 млн. відвідувачів на рік), Центр Помпіду (5 млн.), Лувр (5 млн.), музей д'Орсе (2 млн.), Тріумфальна арка (1 млн.).

Серед інших популярних екскурсійних об'єктів можна виділити Євродіснейленд, Собор Паризької богоматері, замки Луари, передмістя Парижа

(Версаль, Фонтенбло, Шартр), Бургундія, Прованс, Марсель, Бордо.

Французькі Альпи - найвищі гори Західної Європи, найбільший у світі центр зимового спорту. Найпопулярніші курорти регіону - Шамоні і Куршевель, Валь д'Ізер і Тінь в Валь-Торанс, Ле-Дез-Альп, Ля-Плань, Межев, Мерібель і ін. [10].

Морські береги Франції протягнулися на 3120 км. Похмурі скелі Бретані, довгі гряди дюн Атлантики, чудові пляжі і бухти Середземномор'я, прекрасне узбережжя Корсики і південно-східний Блакитний берег («Рів'єра»), привертають до себе мільйони туристів. Тут виділяються такі курорти, як Канни, Ніцца, Ментона, Антіб, Сен-Тропе та інші.

У Франції також розвинений лікувально-оздоровчий туризм. Популярними є такі курорти, як Ля Боль, Віши, Йер, Кеброн, Сен Гадан, Дарс [2; с. 312].

На сьогоднішній день Франція приймає більше туристів, ніж яка-небудь країна в світі. Однак займає лише третє місце по доходах від туристичного бізнесу, поступаючись США і Іспанії. Міністерство економіки Франції підготувало проект «Напрямок Франція-2020», який повинен змінити цю ситуацію і вивести країну на перше місце по доходах від туризму [2].

Безсумнівно, що потоки іноземних туристів до Франції надають найважливіший вплив на економіку держави. Добре поставлена інфраструктура, тобто дороги, аеропорти і т.д., а також географічне положення по відношенню до решти Європи дозволяє здійснювати транзитний туризм через європейський «континент» у Франції.

1.2. Діагностика ринку культурно-пізнавального туризму

Бургундія (Burgogne) розташовується на сході Франції і включає такі департаменти, як Кот-д'Ор, Сона і Луара, Невр, Йонна. Головне місто Бургундії - Діжон. Саме в цьому регіоні ви зможете познайомитися з Францією такою, якою вона є. У Бургундії відбувся великий прогрес відвідуваності з початку 80-х, коли туризм став займати одну з головних ролей у економічній діяльності регіону. Було створено багато робочих місць: 13 000 місць у готелях та ресторанах, 7 000 місць у

туристичних агенціях та інших секторах туризму.

Сьогодні Бургундія посідає 12 місце серед регіонів за рівнем туристичного призначення.

У 2006 році регіональна рада виділила 6 млн. євро туризму Бургундії. У жовтні 2005 року було розроблено регіональну схему розвитку туризму, яка містить 4 пріоритетні напрямки:

- підвищення престижності регіону Бургундія
- відкритість туристам, які відвідують чи збираються відвідати Бургундію
- покращення доступності та чіткість туристичних пропозицій.
- розвиток та покращення місць перебування туристів, аж до покупки нових меблів для готелів

Бургундський регіон дуже дбає про те, щоб пропонувати туристам якісну зустріч на своїй території.

У Бургундії зосереджено пам'ятки романської архітектури. Тут знаходяться пам'ятники, які увійшли до списку ЮНЕСКО – це церква у Везлі, абатство Фонтене та королівські солеварні в Арк-е-Сенані.

Бургудія - райський край для гурманів, поціновувачів вина, мистецтва та історії. Тут не нудьгуватимуть і любителі спортивного відпочинку, риболовлі та річкових прогулянок.

Згідно з результатами опитування 2022 року, європейців, зокрема німців, італійців і бельгійців, привертають до Франції мальовничі пейзажі, багата культурна спадщина, неповторний вигляд французьких сіл, а також бретонські млинці, які є найвідомішим блюдом французької регіональної кухні.

Основними районами культурного туризму у Франції є Париж і Іль-де-Франс, Нормандія, Північно-Східна Франція, Бретань, Бургундія, Долина річки Луара, Центральна Франція, долина річки Рона і провінція Прованс, французька Рів'єра, французькі Альпи, Піренеї, о. Корсика (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Райони культурного туризму Франції

Район	Центри туризму
Париж і Іль-де-Франс	Париж, Фонтебло, Версаль, Рамбуйє
Нормандія	Довілль, Онфлер, Трувілль, Кабур, Руан, Сан, Обюссон
Північно-Східна Франція	Реймс, Лілль, Шантійї, Віттель, Бен-ле-Бен, річка Мезе, місто Арденни
Бретань	Сан-Мало, Роскофф, Дінан, Карнак, Ренн, Сан-Мішель
Бургундія	Діжон, Бон, Жюра, РП Морван, чисельні ферми
Долина річки Луара	Блуа, Амбуаз, Шенонсо, Шамборд, Шартр, Анже, Тур, Орлеан
Центральна Франція	Супер-Бесс, Монт-Дор, Ла Рошелль, Віші, Вольвик,НП «Севенн», Парк вулканів «Овернь», чисельні селища та ферми Бордо
Долина річки Рона і провінція Прованс	Арле, Оранж, Авіньон, Марсель, Св. Марі-де-мер, РП Камарг і Люберон
Французька Рів'єра	Канни, Ментона, Сен-Тропез, Ніцца, Антіб, Мона
Французькі Альпи	Шамони, Куршавель, Вальторанс Валь д'Ізер, Евіан, НП «Вануаз» і «Екрен»
Піренеї	Ласко, Тотавель, Каркассон, Лурд, Биарріц, Аркашон, Піренеї, НП «Піренеї»
о. Корсика	Аяччо, Бонифачо, Кальві, От-Аско, Аяччо, Боніфачо, Кальві

Джерело: складено автором на основі [10]

Відповідно до матеріалів Національного інституту статистики та економічних досліджень Франції [3] та Міністерства Європи та закордонних справ Франції [3], близько 91,7% іноземних туристів, які відвідують Францію щороку, зацікавлені культурно-пізнавальним компонентом подорожі (рис. 1.1).

Так, у 2022 році материкову частину країни відвідали 89,4 млн. іноземних туристів [3], із них – 82,17 млн. осіб, або 91,9%, мали на меті знайомство з культурою країни [3]. У порівнянні, у 2021 році країну відвідало 86,8 млн. осіб [3], із них культурні цілі переслідували 82,8 млн. осіб [3], що становить 95,4% від відпочиваючих. Таким чином, на культурно-пізнавальний туризм приходиться не менше 90% туристичного попиту.

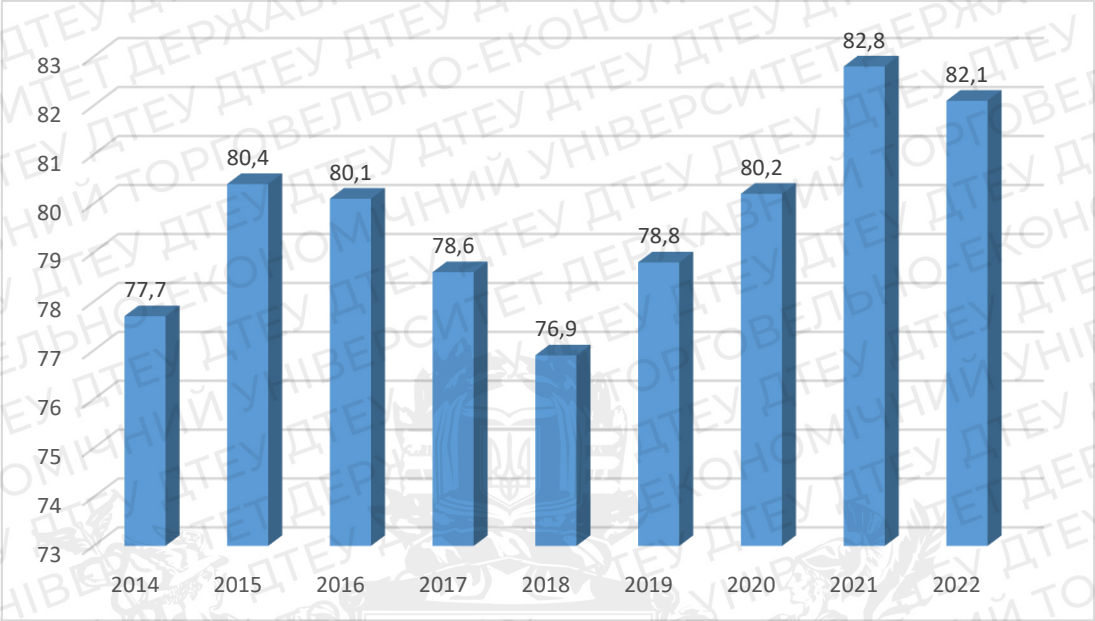


Рис.1.1. Статистика в'їзного культурного туризму у Франції, млн. осіб

Джерело: складено автором на основі [12]

Загальний обсяг прибутку від лише від об'єктів культурної туризму в країні, за матеріалами Організації економічного співробітництва та розвитку, становить понад 39 мільярдів євро щороку, що складає 2,8% від загального обсягу ВВП [10].

Розподіл туристів, які відвідали Францію у 2022 році з метою ознайомлення з культурою країни, представлено в таблиці 1.2.

Як демонструє наведена інформація, типовий «культурний турист», що відвідує Францію, – житель європейської країни (78,6%). Це, переважно, – жителі таких країн, як Великобританія (14,6%), Німеччина (13,6%) та Бельгія і Люксембург (13%), що пояснюється як рівнем життя у перелічених країнах, так і географічною близькістю і незначною тривалістю подорожі до точки призначення. Частими гостями країни також традиційно залишаються жителі Швейцарії (8,1%), Іспанії (7,8%), Італії (7,7%), Нідерландів (5,1%) та США (5,1%).

Таблиця 1.2

Розподіл культурних туристів у Франції за країнами походження

Країна	Кількість туристів, млн. осіб	Частка від загальної кількості
1	2	3
Європа	64,58	78,6%
Великобританія	12,01	14,6%
Німеччина	11,16	13,6%
Бельгія, Люксембург	10,69	13%
Швейцарія	6,62	8,1%
Іспанія	6,43	7,8%
Італія	6,34	7,7%
Нідерланди	4,16	5,1%
Росія	0,76	0,9%
Америка	8,23	10,0%
США	4,16	5,1%
Канада	0,95	1,2%
Бразилія	1,13	1,4%
Азія	5,58	6,8%
Китай	1,99	2,4%
Близький Схід	1,23	1,5%
Індія	0,47	0,6%
Японія	0,47	0,6%
Африка	2,65	3,2%
Північна Африка	1,89	2,3%
Океанія	1,04	1,3%
Загалом	82,17	100%

Джерело: складено автором на основі [15]

Головним культурним центром країни є столиця країни, відвідувана 15-16 млн. туристами в рік, що аналогічно показникам Лондона і Бангкока. Ресурси культурного туризму Парижа – 134 музеї, 48 театрів і концертних залів, римо-католицькі та інші собори [9]. Перелік найбільш відвідуваних об’єктів культурного туризму Франції та показники їх відвідувань представлено у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Найбільш відвідувані об’єкти культурного туризму Франції

Назва культурного об'єкта	Місцезнаходження	Ціна вхідного квитка	Статистика туристських відвідувань (млн. осіб)
Діснейленд (рис.А.1)	Марн-ла-Вале Шессі, Іль-де-Франс	50 євро	14
Собор Паризької Богоматері (рис.А.2)	Париж, Іль-де-Франс	безкоштовно	13,5
Базиліка Сакре-Кер (рис. А.3)	Париж, Іль-де-Франс	безкоштовно	10,5
Парк палацу у Версалі (рис. А.4)	Версаль, Іль-де-Франс	безкоштовно	10
Лувр (рис. А.5)	Париж, Іль-де-Франс	9 євро	8,5
Ейфелева вежа (рис. А.6)	Париж, Іль-де-Франс	12 євро	6,9
Центр Жоржа Помпіду (рис. А.7)	Париж, Іль-де-Франс	12 євро	5,5
Палац Версаль (рис. А.8)	Версаль, Іль-де-Франс	12 євро	5,5
Гора Сен-Мішель (рис. А.9)	Гора Сен-Мішель, Манш	безкоштовно	3,5
Музей д'Орсе (рис. А.10)	Париж, Іль-де-Франс	8 євро	3,02

Джерело: складено автором на основі [13]

Франція є першим туристичним напрямком у світі. У 2022 році материкову частину країни відвідали 89,4 млн. іноземних туристів. Дана цифра перевищила показник 2017 року на 3%. Туризм є ключовим сектором французької економіки, він становить близько 8% ВВП, 56,24 млрд. євро доходу і забезпечує 2 млн. прямих і непрямих робочих місць [11].

За матеріалами 4-ої міжвідомчої ради з туризму [22], на сучасному етапі культурний туризм є одним із видів туризму, що найбільш стрімко розвивається та має значні перспективи.

Отже, внаслідок поетапного розвитку етнічності склалася надзвичайно різноманітна її структура, у первісних засадах якої спостерігалася строкатість археологічних культур та етноплемінних компонентів, а наступні нашарування додали етнорегіональної розмаїтості й іншоетнічних вкраплень.

За певних умов регіональна культура може стати уособленням загальноетнічних цінностей, віддзеркаленням справді національного духу. Таких якостей набули культура і ментальність запорізького козацтва. Починаючи з XVI ст. на традиційну українську етніку нашаровується новий могутній пласт - козацька культура і козацький тип національного характеру.

Таким чином, активізація досліджень регіональної науково-історичної проблематики, поглиблення «регіоналізації» досліджень є одним із важливих чинників, що сприяють виразнішому окресленню індивідуального обличчя історико-культурних областей України, їх самобутнього образу з усіма етнографічними й історичними складовими. А створення й закріплення в масовій культурі конкретних символів сприятиме просуванню в суспільстві відповідних культурних цінностей і формуванню нових суспільних ідеалів.

1.3. Ресурсний потенціал Бургундії для розвитку культурно-пізнавального туризму

Культурні ресурси відіграють важливу роль у формуванні туристичного попиту та створенні привабливого туристичного іміджу регіону чи держави. Групування цих ресурсів лежить в основі багатьох наукових класифікацій рекреаційних чи туристичних ресурсів [3].

Культурні рекреаційні ресурси включають рекреаційно привабливі пам’ятки історії, архітектури, археології, місця, які пов’язані з життям і діяльністю видатних історичних осіб, території, де збереглися яскраво виражені етнографічні особливості, культові споруди, музеї, картинні галереї тощо. Всі ці рекреаційні ресурси приваблюють людей з метою задоволення їх духовних потреб і здатні задовольнити жагу до пізнання, зміни довкілля для психофізіологічного

відновлення особистості [5].

Культурні ресурси характеризуються високою популярністю серед туристів, задовольняють їх попит у пізнанні навколишнього світу, сприяють змістовному проведенню вільного часу. Найбільшою особливістю цих ресурсів є те, що вони мають повсюдний характер розташування, адже кожна місцевість вирізняється своєю історією, традиціями, їх потенціал можна вважати необмеженим.

Культурні ресурси регіону формують його культурний потенціал. Культурний потенціал є однією з важливих морфологічних одиниць системи людського потенціалу, ієрархічно входить в неї і діалектично взаємодіє з нею на правах форми і змісту [9]. Потенціал – термін, що був запозичений гуманітарними науками з фізики і використовується в переносному значенні. Потенціал є сукупністю всіх наявних можливостей і засобів в якійсь області або сфері, які можуть бути використані для вирішення будь-якої задачі, досягнення певної мети. Найбільш часто культурний потенціал розглядають як одну із складових частин соціального потенціалу [14].

О. К. Луховська вважає, що сформовані в галузі культури економіко-культурні ресурси, що представляють високі смислове і символічне значення для художньої діяльності, в сукупності своїй представляють культурний потенціал – частину національного багатства. Це дозволяє характеризувати культурний потенціал як резервуар життєво важливих економічних ресурсів, природних і створених людиною, які придатні для виробництва художніх продуктів в економічних формах [18].

Культурний потенціал, зо визначенням В. Л. Кургузова, це – «ціннісна система якісних індикаторів можливостей суспільства, що охоплюють собою всю атрибутику поняття «культура» [31].

Найбільшу кількість відвідувачів привертає «Євродіснейленд» – найбільший в Європі парк розваг, що складається з п’яти «країн» – країна пригод «Едвенчерленд», країна фантазій «Фентезіленд», країна майбутнього «Діскавериленд», країна «Дикого Заходу» – «Фронтірленд» і головна вулиця – «Мейн Стріт». Тут щодня працюють сотні атракціонів, парадів і шоу [9, с. 91].

Відповідно до матеріалів 4-ої міжвідомчої ради з туризму, великі центри культурного туризму зосереджені у Долині річки Луара та Центральній Франції [Додаток В], з перспективним центром у місті Блуа.

Блуа – місто у Франції, столиця департаменту Луар-і-Шер (Loir-et-Cher) в регіоні Центр – Долина Луари. За Людовіка XII і потім майже ще століття Блуа був королівською резиденцією. У місті знаходяться важливі пам'ятники культури – королівський замок, собор Сен-Луї і дві церкви. Місто входить до списку «Міст мистецтва та історії» Франції. Місто розташоване на березі Луари між Туром і Орлеаном [5].

Ще одним таким розвиненим центром є місто Анже, яке вважається центром стародавнього провінційного поселення Анжу. Знаходиться недалеко від Парижа, в межах 300 км. Недалеко від міста протікає річка Мен. Місцеве населення ці землі називає «чорним Анже», тому що в давні часи тут добували камінь і сланець.

На території Анже для туристів є багато пам’яток, можна подивитися експонати, які розкажуть про історію тутешніх місць, а також розкажуть про те, яке знаряддя використовувалося при видобутку корисних копалин. Найвідоміший музей розташовується в лікарні Сен-Жан, споруди, що своїм зовнішнім виглядом передає дух дванадцятого століття.

Картини відомих художників виставлені у Музеї образотворчого мистецтва, а в музеї Ардуаз представлені технології давнини, що використовуються при видобутку каменю для будівництва. Окрім того, для туристів місцевий оркестр де Пеі-де-ла-Луар щодня влаштовує концертні виступи. Любителів театральних сцен чекають на цікавих постановках Сучасного театру.

Крім цього в Анже регулярно проводяться різні кінофестивалі, концерти на вулицях міста, і фестивалі, де місцеві таланти діляться своїм мистецтвом [15].

Найважливіший культурний ресурс країни – це замки в долині річки Луари, колишні резиденції монарших осіб: Шенонсо (відвідує 950 тис. Туристів на рік), Блуа, Шамбор, Амбуаз, Азе-ле-Рідо, Вілландрі, Шомон, Шинон, Ланже, Юссе. Деякі з них переобладнані в готелі. Практично всі вони у списку Всесвітньої

культурної спадщини ЮНЕСКО [9].

В таблиці 1.4 наведено об’єкти, які будуть включені до нашого туру у Бургундії.

Таблиця 1.4

Об’єкти, які будуть включені до туру у Бургундії

Об’єкт	Короткий опис
1	2
Палац Дюс	Місце, яке неможливо не відвідати, мандруючи Бургундією. У різний час гостями палацу були видні світові політики та митці, неодноразово він приймав у своїх стінах конференції та зустрічі міжнародного рівня. Не дивно, що це місце стало свідком багатьох поворотних моментів історії.
Музей витончених мистецтв	Розміщений у крилі Палацу герцогів, це Музей витончених мистецтв, який входить до числа кращих музеїв мистецтв у Франції. Колекція варіюється від єгипетських старожитностей до середньовічного мистецтва і бургундських скульптур епохи Відродження.
Музей de l'Oeuvre Viollet-le-Duc	Любителі мистецтва оцінять, де представлена виняткова колекція сучасного мистецтва, включаючи твори Пікассо, Шагала, Міро, Кандінського та інших художників 20-го століття.
Vititours	Екскурсія – огляд виноградників Шаблі та відвідування виноробні з демонстрацією циклу виготовлення вина та дегустацією повного діапазону вин.
Музей Магнін	Демонструє велику колекцію французької живопису 17-19 століття.
Замок Фонтебло	Є прекрасним прикладом романської архітектури. Святилище має безліч багато прикрашених каплиць, а третій зліва містить картину мучеництва Сен-Сімфорієна
м. Діжон	У середні віки Діжон був столицею герцогства Бургундія, і герцоги жили в елегантних особняках, що називалися « дорогими людьми », які все ще прикрашають місто своїми вражаючими фасадами.
Церква Eglise Notre-Dame	Найбільш важлива церква в Діжон, побудована в 13-му столітті у славному бургундському готичному стилі. Ефектний зовнішній вигляд з великою кількістю гаргульїв забезпечує контраст гармонійного інтер'єру.
Готель Grand Hotel La Cloche Dijon - MGallery	Гранд-готель La Cloche Dijon MGallery розташований у місті Діжон в центральній частині регіону Бургундія неподалік музеїв, Палацу герцогів та інших основних визначних пам'яток. Розкішні номери та люкси оформлені у розкішному стилі. У ресторані готелю готують вишукані страви французької кухні. До послуг гостей фітнес-центр та сауна. Гранд-готель La Cloche Dijon MGallery має зарядні станції для електромобілів. Гості можуть користуватися платним приватним паркуванням та безкоштовними послугами паркувальника.
м. Осер	Осер - це жваве річкове місто, сповнене архітектурних скарбів. Історична частина міста - лабіринт звивистих вулиць з обсипанням фахверкових будинків і старих церков.

Продовження таблиці 1.4

1	2
Головна вулиця м. Клуні	Найбільш важливим чернечим орденом середньовіччя були монахи бенедиктинців Клауні, які заснували Аббаї де Клуні в 10 столітті і створили найбільшу церкву в християнському світі, аж до 16-го століття була побудована римська базиліка Святого Петра.
Замок Берзе-ле-Шатель 13-го століття	Вишуканий замок 17-го століття з мрійливими садами. Розташований над середньовічним селом Brancion є укріплений Château de Brancion з прекрасним видом на сільську місцевість; З квітня по листопад відвідувачі можуть помилуватися інтер'єром замку. Романтична будівля Château de Pierreclos розташована на покритих виноградниками пагорбах і перетворена на розкішний готель з сучасними номерами та плавальним басейном.
Замок Les Plus Beaux Villages	Le Plus Beaux Villages - це незалежна асоціація найкрасивіших сіл Бургундії, створена в 1982 році з метою просування та розвитку туризму в маленьких і мальовничих селах країни.
Замок Château de Saint-Point-Lamartine	Відкритий з квітня по липень, оточений чудовими англійськими садами, вишуканий замок 17-го століття.
Сад Château de Cormatin	Вишуканий виноградний сад.
Готель Hôtel & Spa Les Sept Fontaines Best Western Premier	До послуг гостей ресторан, фітнес-центр, бар і сад у місті Турню. До послуг гостей цілодобова стійка реєстрації та обслуговування номерів, а також безкоштовний Wi-Fi на всій території закладу. До послуг гостей безкоштовна приватна автостоянка, а також прокат велосипедів для гостей, які бажають дослідити околиці.
Музей de l'Oeuvre Viollet-le-Duc	Має значну колекцію середньовічних скульптур.

Джерело: складено автором за даними рекламних сайтів

Форма знайомства з культурою Франції реалізується через екскурсійну діяльність. Програми екскурсій по Франції різні за тематикою і тривалістю проведення. Попит на культурні тури практично постійний протягом усього року. Найбільш пікові періоди – з квітня по червень і вересень-листопад, саме на них припадає 67,5% туристських відвідувань з культурно-пізнавальними цілями.

Таким чином, культурний туризм у Франції постає однією із рушійних сил розвитку економіки країни, складаючи близько 2,8% ВВП країни.

Основними районами культурного туризму у Франції є Париж і Іль-де-Франс, Нормандія, Північно-Східна Франція, Бретань, Бургундія, Долина річки Луара, Центральна Франція, долина річки Рона і провінція Прованс, французька Рів'єра, французькі Альпи, Піренеї, о. Корсика. Більшість подорожей туристів, що відвідують Францію, мають у собі культурний компонент, а типовий «культурний

турист», що відвідує Францію, – житель європейської країни. Головним культурним центром країни є столиця країни, однак великі центри культурного туризму зосереджені також у Долині річки Луара та Центральній Франції.

Висновки до розділу 1

Отже, з даного розділу можна зробити висновки, що незважаючи на всі труднощі, наш час є періодом розвитку нових тенденцій у культурному житті, відроджуються раніше забуті імена, пам'ятки й події, по-новому оцінюється історична спадщина. І тому для більшості українських регіонів орієнтація на культурний туризм стає однією з реальних можливостей економічного, соціального й культурного піднесення. Виявлення його потенціалу, як ресурсу розвитку регіону, пов'язане з потребами управлінської практики, необхідністю допомогти територіальним співтовариствам оптимізувати процеси залучення широких верств населення до співробітництва з іншими культурними співтовариствами, а також процесами, пов'язаними з довгостроковим прогнозуванням розвитку території.

Також сформовані в галузі культури економіко-культурні ресурси, що представляють високі смислове і символічне значення для художньої діяльності, в сукупності своїй представляють культурний потенціал – частину національного багатства. Таким чином, культурний туризм у Бургундії постає однією із рушійних сил розвитку економіки, складаючи близько 2,8% ВВП.

РОЗДІЛ 2
ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ БУРГУНДІЇ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Важливим елементом розробки туру до Бургундії є вибір транспортних засобів, за допомогою яких буде здійснюватись подорож до країни перебування та переміщення по території цієї країни. В нашому турі передбачене переміщення туристів за допомогою двох видів транспортних засобів: літак та автобус. Перш ніж розпочати здійснення культурно-пізнавального туру до Бургундії, туристам (вони знаходяться в Києві) необхідно подолати маршрут до початкового пункту здійснення культурно-пізнавального туру (Діжон) і повернутись від кінцевого пункту туру (Діжон) до України. Тобто, туристам необхідно надати транспортне забезпечення Київ - Діжон та Діжон - Київ. Так як на даний момент повномасштабне вторгнення Російської Федерації проти України, то тур буде відбуватись таким чином: спочатку туристів автобусом марки «Mercedes» турфірма має доставити до Варшави, а потім літаком з Варшави до Діжона. Ці ділянки пропонується подолати на повітряному транспорті. Вибір даного виду транспорту пояснюється достатнім рівнем комфортності та зручності, високим рівнем безпеки. Проаналізувавши розклад руху літаків, сполученням Варшава-Діжон, Діжон-Варшава (Додаток А), обираємо за найзручнішим часом такі рейси:

- Air France 1247 WAW, Варшава - Діжон, періодичність руху - щоденно, виліт - 6:05, час прибуття - 8:35.

- Wizz Air 1353 WAW – ORY, Варшава - Діжон, періодичність руху - щоденно, виліт - 6:40, час прибуття - 9:15.

Щодо безпосередньо культурно-пізнавального туру, то на протязі всього його здійснення буде використовуватись автобус. Даний вибір пояснюється швидкістю пересування, комфортністю, а також можливістю одночасно з переміщенням від одних екскурсійних об'єктів до інших спостерігати велику

кількість туристично-рекреаційних ресурсів даних країн. Дана туристична фірма підписала договір на оренду автобуса марки «Mercedes» (з кондиціонером, відео, WC та з водієм) з автотранспортним підприємством Франції на основі разового договору оренди з подальшою можливістю його продовження. Невід'ємною частиною даного договору є паспорт маршруту.

Туристів весь шлях супроводжує один керівник маршруту, який виконує численні організаційні функції: розміщення в готелях, знайомства з гідами, екскурсоводами, вирішення митних питань та інших справ, необхідних для безпечної і цікавої подорожі. Точний час від'їздів з міст теж оголошує керівник групи [4].

Розробка туру включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархієзація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого провадиться розробка схеми маршруту та його оптимізація. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості туру ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод.

Для вибору пунктів маршруту критерієм відбору є атрактивність об'єктів показу для задоволення екскурсійної мети подорожі, можливість забезпечити різноманітність програми перебування в даних населених пунктах, їх транспортна доступність та забезпеченість послугами гостинності [5].

Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту здійснюється за показником транспортної доступності, тобто зв'язності з місцями проживання потенційних туристів, взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів. Вихідною і кінцевою точками маршруту служать пункти початку і закінчення подорожі. Початок маршруту - це місце надання туристу першої туристичної послуги, обумовленої договором (Діжон), кінець маршруту - місце надання останньої туристичної послуги (Діжон). Пунктами маршруту туру є: Київ - Діжон - Київ.

Форма туру - маршрутно-транспортний. Транспортними засобами, які

використовуються під час туру, є повітряний транспорт - з країни прибуття й назад (з Києва до Діжону і з Діжону до Києва) та автобус - в країні відпочинку між пунктами екскурсій.

Схема маршруту залежить від обраної форми. Маршрут - це напрямок переміщення туриста, завчасно спланована траса послідовного пересування туристів між географічними пунктами, які відвідуються протягом певного періоду часу з метою отримання послуг, як передбачених програмою обслуговування, так і додаткових: розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, спортивні, видовищні, соціальні заходи тощо. За схемою маршрути можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані. Вибір схеми маршруту залежить від транспортної системи рівня розвитку окремих видів транспорту, рівня розвитку транспортної інфраструктури, що забезпечує надійність та безпеку роботи транспорту [6].

Щодо маршруту нашого туру, то він кільцевий, тобто екскурсія завершується на тому місці де вона почалася (Діжон - Діжон). Схема маршруту даного туру подається у Додатку Б.

Пакет послуг включає в себе бази розміщення і харчування туристів, організацію культурної програмі в місцях проведення туру та додаткові послуги, які забезпечують проведення туру і надаються тур фірмою.

Щодо бази розміщення, то потрібно зазначити, що кожного дня туристи будуть зупинятися на нічліг в різних містах: Діжон, Флавіньї-сур-Озрен, Семур-ан-Осуа, Бон, Шатонеф, Везле, Фонтене . Перебування в одному готелі складає 1 день. У вартість проживання в готелях включене харчування типу напів-пансіон, тобто сніданок і вечеря:

- двозірковий готель Contact Hotel Fontenay le Comte - розташований у центрі Фонтене, не далеко від Auberge de la Riviere Restaurant, та Тауера, в 25 кілометрах від аеропорту Діжон. Споруда готелю побудована в традиційному стилі, пропонується 38 затишних номерів. В номері - кабельне телебачення, супутникове телебачення, сервіс у номер, напруга 220 В, автоматичний телефонний зв'язок,

ванна кімната, фен. В готелі - пральня, парковка, сейф, бар, ресторан, обмін валют, обслуговування номерів, конференц - зал, ліфт, лікар за викликом.

- трьохзірковий готель B&B Hôtel BEAUNE Sud Palais des Congrès - розташований в самому центрі старого міста Бон. Готель пропонує 35 затишних номерів. Недалеко від готелю 18 століття знаходяться всі визначні пам'ятки міста. В номері: кондиціонер, радіо, супутникове телебачення, сервіс в номер, прямий телефон, фен. В готелі: ресторан, конференц - зала, пральня, ліфт, камера схову, оренда машин, Інтернет.

- двозірковий готель Hotel-Restaurant de l'Abbaye - розташований у місті Клуні, недалеко від підйомників. Двоповерховий готель пропонує розміщення в 34 номерах, а також цілу гаму розваг: бігові лижі, нічне катання на лижах, сноуборд, санки, боулінг, ресторани з національною та інтернаціональною кухнями, нічні клуби, дискотеки. В номері: радіо, прямий телефон, супутникове телебачення, сервіс в номер, напруга 220 В. В готелі: бар, ресторан, конференц - зал, цілодобове обслуговування, пральня, басейн, ліфт, автостоянка, прокат автомобілів.

- трьохьохзірковий готель Clos St Eusebe en coeur de ville - розташований відразу біля входу у парк міста Осер. Найкращий готель Бургундії. На території готелю знаходяться: ресторан Sushi Auxerre, ресторан Creperie Les 3 Actes, кафе Mercure Auxerre Nord, бар, басейн з підігрівом, тренажерна зала, зала гральних автоматів, салон - перукарня, також Clos St Eusebe en coeur de ville - два ексклюзивні поверхи готелю пропонують гостям особливий сервіс. У барі клубу - безкоштовний сніданок, вечірній чай та охолоджувальні напої в любу годину. Готель має: 496 номерів, включає 18 номерів категорії Suite, а також Castle Club rooms. В номерах: ванна кімната, фен, телефон, супутникове телебачення, телеканал Діснею, Радіо Дісней, радіо, кондиціонер, міні - бір, сейф. Харчування: BB – сніданок. Послуги в готелі: сейфи на reception, сауна, джакузі, солярій та масаж за додаткову сплату, безкоштовний вхід на дискотеку Hurricanes. Дітям: дитяче меню у ресторанах, міні - клуб з анімацією кожного дня.

- готель Costa Bella розташований у 1 км від аеропорту Dijon Bourgogne. У номерах ванна кімната з туалетом, кондиціонер, телефон, кольоровий телевізор.

Також до послуг гостей відкритий басейн. У номерах кондиціонер, міні - бар, радіо, ванна кімната, будильник, фен, супутникове телебачення, сервіс у номер. В готелі - бар, ресторан, конференц - зала, автостоянка, оренда автомобілів, Інтернет, басейн, обмін валют, пральня, сейф. До пакету послуг також входять екскурсії, що зазначені у програмі, медична страховка, зустріч - проводи представником турфірми, послуги гіда, транспортне забезпечення на протязі всього здійснення туру - автобус з водієм. Далі у табл. 2.1 наведемо програму туру до Бургундії.

Таблиця 2.1

Програма туру до Бургундії

Дні	Характеристика програми
1	2
День 1	8.00 - Приліт у Бургундію - аеропорт Діжон. Трансфер і розміщення - готелі Hôtel & Spa Les Sept Fontaines Best Western Premier - BB (розміщення + сніданок) 9.30 - автобусна екскурсія до Палацу дюс 12.00 - автобусна екскурсія до Музею витончених мистецтв 13.30 - пішохідна екскурсія на Quad Vignes et Chateaux; 14.30 - пішохідна екскурсія на Vititours. 22:00 - Трансфер до Музею Магнін Комплекс послуг на маршруті: Надання інформаційної літератури на кожному етапі екск-ї; обід у Saveurs De Porto, листівки, напої, буклети. Самостійна програма: Прогулянка містом, заняття шопінгом, відвідування театрів, кіно, кафе.
День 2	8.30 - трансфер до ibis Styles Dijon Central, 9.00 - сніданок, 10.00 - автобусна екскурсія до замку Фонтебло, 14.00 - автобусна екскурсія по м. Діжон, 16.00 - пішохідна екскурсія до церкви Eglise Нотр-Дам Комплекс послуг на маршруті: Інформаційне забезпечення, обід в одному з місцевих ресторанів, листівки, напої протягом екскурсій, буклети, сувеніри. Самостійна програма: Прогулянка лісом зі збором місцевих ягід та грибів, шопінг, катання на пароплаві.
День 3	8.00 - трансфер до Grand Hotel La Cloche Dijon - MGallery 9.00 - сніданок 10.00 - пішохідна екскурсія до замку, де знімався фільм «Шоколад» Комплекс послуг на маршруті: Буклети, листівки, туристичне спорядження, одяг, взуття, напої, їжа, катання на ковзанах, лижах Самостійна програма: Шопінг, гра в хокей, дискотека.
День 4	8.00 - трансфер до La Porte des Prés 9.00 - сніданок, 10.00 - загальна екскурсія на автобусі до Eglise Notre-Dame 12.00 - пішохідна екскурсія до Головної вулиці м. Клуні Комплекс послуг на маршруті: Листівки, буклети, напої, їжа, вхідні квитки Самостійна програма: Шопінг, фото з героями мультиків.

Продовження табл. 2.1

1	2
День 5	9.00 - сніданок 9.30 - автобусна екскурсія до замку Берзе-ле-Шатель 13-го століття, 11.00 - пішохідна екскурсія до Замку Les Plus Beaux Villages 13.00 - пішохідна екскурсія до замку Château de Saint-Point-Lamartine, 15.00 - пішохідна екскурсія до саду Château de Cormatin Комплекс послуг на маршруті: Буклети, листівки, фото, їжа, напої Самостійна програма: Шопінг, похід до Франтерленду, Адвенчерленд.
День 6	8.00 - трансфер до музею Musée Zervos 9.00 - сніданок, 9.30 - автобусна екскурсія до готелю Hôtel & Spa Les Sept Fontaines Best Western Premier, 11.30 - пішохідна екскурсія до музею de l'Oeuvre Viollet-le-Duc, 13.00 - участь у дорожньому шоу. Комплекс послуг на маршруті: Листівки, буклети, їжа, напої, вхідні квитки, фото, спорядження, розваги, дискотека. Самостійна програма: Шопінг, прогулянки містом, елітний пляж.
День 7	9.00 - трансфер до аеропорту Діжон (DIJ) у Діжоні Комплекс послуг на маршруті: Напої, їжа, сувеніри, буклети.

Джерело: власна розробка автора

При проходженні по маршруту пріоритетною є безпека пасажирів, дотримання правил дорожнього руху і міжнародних правил праці і відпочинку водіїв.

Через специфіку автобусних турів на виконання програми туру можуть вплинути затримки при проходженні прикордонного і митного контролю; погодні умови; ускладнення дорожньої обстановки і інші обставини.

Карту маршруту руху по Бургундії наведено в додатку Г.

Туристам видається «Пам'ятка для мандрівних на автобусі по Європі» з рекомендаціями для туристів і попередженням про наслідки невиконання цих рекомендацій.

Необхідно узгоджувати також проектну документацію з власниками рекреаційних ресурсів, органами санітарно-епідеміологічного контролю і пожежного нагляду.

2.2. Заходи просування культурно-пізнавального туру на ринку України

Для просування турпродукту використовуватимуться види реклами такі як,

реклама у журналі та телереклама з роликом довжиною близько 25 секунд, що зможе донести споживачам всю необхідну інформацію.

Туристична реклама – активний засіб здійснення маркетингової політики тур фірми по просуванню туристичного продукту, посиленню зв'язку між виробником та споживачем, засіб поширення інформації і переконання людей, який створює уяву про продукт, викликає довіру і бажання купити [11].

Туроператори, для підвищення ефективності роботи підприємства та забезпечення зростання прибутків необхідно зробити маркетингові дослідження туристичного ринку України. Для цього складається анкета (Додаток Б).

1) визначаємо, які данні ми хочемо отримати (середня ціна, яку згоден платити клієнт, найпопулярніші курорти серед населення, мотивації клієнтів, яка категорія населення є потенційним клієнтом);

2) формуємо запитання, які будуть відповідати необхідним результатам;

3) визначаємо послідовність запитань.

5) розраховуємо результати анкетування (табл. 2.2).

Розробка реклами полягає в тому, щоб до споживачам різної категорії донести всю суть. Рекламу туру слід розмістити у інтернеті та на телебаченні, тому що така реклама перш за все представлена оголошенням з текстом та малюнком, а також рекламними статтями.

Таблиця 2.2

Результати анкетування маркетингового дослідження туристичного ринку

Відповіді	Єгипет	Туреччина	Франція (Бургундія)	Греція	Італія
Чисельність населення, які надають перевагу певній країні	45	42	39	32	30
Ціна яку згоден заплатити клієнт за відпочинок 1 особи, євро	650	550	500	650	
Населення, яке віддало перевагу, %	40,0	8,0			
відпочинку на морі					
відвідування культурно-історичних місць			20,0	5,0	
відпочивають на гірських курортах		22,0			
подорожує через бізнес			1,0		
відвідування родичів			2,0	1,0	1,0

Джерело: власні розрахунки автора на підставі анкетного дослідження

Висновок: в результаті проведеного анкетування серед населення були отримані наступні результати:

1) середня ціна, яку згоден заплатити клієнт за відпочинок 1 особи складає 550 євро;

2) найпопулярнішими курортами серед населення стали:

І місце – курорти Єгипту;

ІІ місце – курорти Туреччини;

ІІІ місце – курорти Бургундії.

3) За мотиваціями відпочинку респонденти розділилися наступним чином:

- 48% відповіли, що віддають перевагу відпочинку на морі;

- 25% подорожують з метою відвідування культурно-історичних місць;

- 22% відпочивають на гірських курортах, оскільки із задоволенням займаються зимовими видами спорту;

- 1% подорожує через бізнес;

- 4% вказали інші варіанти цілей свого відпочинку (оздоровлення у санаторії, відвідування родичів і т. п.);

4) Потенційними клієнтами виявились люди віком від 25 до 35 років, які проживають із власною родиною, дохід якої в середньому складає 13450 грн.

Приклад анкети наведено у додатку Б.

Реклама по телебаченню – наймасовіша, але й найдорожчий засіб рекламування, використовується для передачі рекламних повідомлень і демонстрації рекламних фільмів. Телебачення ідеально дозволяє зробити широку імідж-рекламу завдяки величезній кількості глядачів, а також стимулюючу рекламу практично будь-яких товарів і послуг шляхом безпосереднього показу товару чи переваги послуги. Тому й ефективність телереклами є надзвичайно високою.

Реклама туру на телебаченні включає в себе розповідь з одночасним фільмом про Францію, її культуру, людей, культурно – історичні місця та курорти.

Довга тривалість рекламного ролику приблизно 25 секунд, що неперевершено донесе до великої кількості населення про туристичне агентство та тур.

Засобами реклами розробленого туру є [22]:

- цифрова реклама, яка дає можливість постійно вносити інформацію про нові програми, коректувати колишні пропозиції, виходячи зі сформованої кон'юнктури;

- створення сторінки туру на сайті туристичного оператора;

- public relations (PR): презентації, клубні зустрічі, семінари, інформаційні статті, представлення туристичної фірми з новим турагентом на міжнародних виставках.

При розробці рекламної кампанії, ми керувалися тим, що люди, які купують турпутівки, мають досить високі очікування від передбачуваної поїздки. Купуючи їх, вони купують образ, мрію, свято.

Суть рекламної кампанії для нашого туру до Бургундії з введення на ринок нового туристичного продукту «Тур до Бургундії» заключається в тому, щоб розкрутити даний тур, а також щоб люди були задоволенні і звісно отримання максимального прибутку.

В табл. 2.3. наведено розроблену авторкою рекламну кампанію туру до Бургундії.

При вивченні ринку попиту на турпродукт необхідно враховувати поведінкові стереотипи індивідів усередині кожного сегмента, складової туризму. Так, хтось боїться літати літаком і бажає подорожувати потягом; хтось не може їхати в автобусі, особливо по гірських дорогах; хтось віддає перевагу комфортабельним готелям, а хтось готовий заради здійснення певних цілей подорожі ночувати в наметах; хтось наполягає на насиченій екскурсійній програмі, а комусь хочеться мати якнайбільше вільного часу і т. п.

Вимоги до процесів обслуговування туристів під час подорожі будуються на основі характеристик послуги, в яких повинні вказуватися допустимі для споживача і виробника значення.

Конкретні характеристики послуги повинні бути не нижчими за вимоги державного стандарту на відповідний вид послуги.

Таблиця 2.3

Рекламна кампанія туристичного продукту «Тур до Бургундії»

Захід	Характеристика
1	2
Період	1 травня – 1 вересня 2023 року (5 місяців)
Визначення цілей	1. Збільшення обсягів продажів. 2. Залучення клієнтів. 3. Формування позитивного іміджу фірми, підвищення її популярності та популярності.
Аналіз ситуації	Виходимо на ринок з новим турпродуктом «Тур до Бургундії». На цьому етапі на українському ринку турпослуг існує досить жорстка конкурентна ситуація. Сформувалися турфірми-лідери (Летур, Євразія-тур, Укравіатур, Компас-М, Навколо світу та ін.), у яких вже напрацьовані досить стійкі зв'язки з іноземними партнерами, крім того, у них вже сформувався імідж, вони відомі та мають багатий досвід роботи. Але їхні тури переважно універсальні. Пропозиції спеціалізованих турів, зокрема молодіжних, не великі. Крім того, оскільки тури молодіжні, то вони розраховані головним чином те, що споживачами їх буде молодь. Ті універсальні та ділові тури, які пропонуються зараз на українському ринку, є досить дорогими, тому що споживачами їх є порівняно багаті люди. Багаті люди висувають досить сформовані та вимогливі умови для подорожі. Для них важливо, щоб під час подорожі вони жили в дуже комфортних умовах, не відчували ні в чому потреби та відчували дуже якісне постійне обслуговування та увагу до себе. Все це підвищує вартість турів. Для молоді, на наш погляд, все це не так важливо. Що в результаті дозволить знизити вартість туру, і тим самим збільшити кількість потенційних клієнтів.
Концепція продукту	Туристичний тур до Бургундії – дешевше пропонованих на даному етапі на омському ринку турпослуг універсальних турів через те, що умови проживання та рівень обслуговування в ньому спрощені.
Тривалість заїзду	7 ночей/8 днів

Продовження табл.2.3

1	2
Проживання	Готель «Hôtel & Spa Les Sept Fontaines Best Western Premier» один із найкращих готелів м. Діжон. У номерах - сучасні дерев'яні меблі, кондиціонер, холодильник, обладнана кухня, ванна кімната, туалет, кондиціонер, супутникове телебачення, балкон, телефон. У готелі: паркова територія, фруктові дерева, великий басейн, обладнаний парасольками та лежаками, бар біля басейну, мінімаркет, спортивний майданчик, місце для ігор та дискотек. Готель має прямий вихід до піщаного пляжу, поряд Аквапарк (пішки 10-15хв).
Розміщення	у двокімнатних номерах 2+2 (по 2 особи в кімнаті), зручності у номері
Харчування	3-разове
Екскурсії	щодня
Графік заїздів	щотижня
Вартість	503 євро У вартість входить: 1. Авіапереліт 2. Трансфер аеропорт-готель-аеропорт 3. Проживання в номерах з усіма зручностями 4. Харчування 5. Медична страховка 6. Щоденні заходи
Цільова аудиторія	Молодь, що працює, постійні клієнти фірмт
Вибір засобів розповсюдження реклами	Для досягнення найбільшої ефективності від рекламної кампанії ми вважаємо, що в цій ситуації доцільно використовувати різні ЗМІ, але якісь більшою мірою, якісь – меншою (за рейтингами та тематикою).

Джерело: створено автором

Проект турпродукту має включати конкретні вимоги по забезпеченню безпеки послуг, мінімізації ризиків для споживачів, обслуговуючого персоналу та навколишнього середовища.

2.3. Економічне обґрунтування туру

На ціноутворення впливає характер попиту, розвиненість ринку туристичних послуг, місце туристичної фірми на ньому та оцінка конкурентного середовища,

обрана маркетингова стратегія тощо. Ціна туру відтворює економічний бік діяльності суб'єкта господарювання і відбиває його комерційну політику на ринку туристичних послуг. Ціна туру коливається в межах від собівартості до продажної ринкової ціни. Ціна туру залежить від класу обслуговування, терміну та сезону подорожі, її виду та форми. На неї впливає кон'юнктура ринку та характер обраної маркетингової стратегії, тобто реклама, канали реалізації тощо.

Вартість путівки (собівартість туру) включає в себе наступні пункти:

- вартість проїзду;
- вартість проживання;
- вартість харчування;
- вартість трансфера;
- вартість екскурсійної програми.

Ринкова (остаточна) ціна складається з собівартості туру, накладних витрат, прибутку туроператора, комісії турагента та податку на додану вартість (ПДВ). Тобто, ціна туристичної путівки більше собівартості на величину витрат і прибутки туристичної фірми.

Витрати, представлені в цих статтях, діляться на постійні і змінні. До категорії постійних витрат відносяться [33]:

- вартість проїзду;
- вартість трансферта;
- вартість страхового поліса;
- оформлення всіх необхідних документів.

Як правило, постійні витрати не залежать від тривалості тура і якості обслуговування. Частка готельного обслуговування і харчування в загальній вартості путівки становить 60-65%. Обидва ці елементи є змінними величинами і залежать від зміни цін на дані види послуг, а також від сезонної градації, географічної зони розташування готелю, вигляду і класу обслуговування, договірних комерційних умов між турагенством і адміністрацією готельного підприємства. На вартість готельного обслуговування і харчування впливає і

тривалість мешкання. На вартість путівки впливає чинник кількості послуг, що пропонуються. Туристу можуть бути надані або певні види послуг по його вибору, або повний комплекс послуг.

Щодо розрахунку накладних витрат даної туристичної фірми, то до них відносяться:

- вартість оренди офісу;

- заробітна плата співробітників (менеджерів, бухгалтер, зав. Відділу посередницьких операцій, зав. Відділу маркетингу і реклами, зав. Відділу підготовки і видачі документів, зав. Відділу роботи з клієнтами, зав. Візового відділу, генерального директора);

- комунальні послуги (електрика, опалювання, телефонні послуги, Інтернет);

- витрати на рекламу і PR.

Таблиця 2.4

Розрахунок вартості туру у Бургундію

Найменування послуги	Розрахунок на 1 чол./ день, Євро	Розрахунок на 1 чол./6 днів, Євро
Сніданок	30	180
Обід	45	270
Вечеря	60	360
Проживання в готелі	240	1440
Страховка	10	60
Заробітна плата водію	20	120
Заробітна плата гіда	15	90
Заробітна плата перекладача	25	150
Заробітна плата інструктора	10	60
Страхування автотранспорту	10	60
Вартість квитків - автобус Київ-Варшава - літак Варшава-Діжон	 8 30	 50 180
Всього	503	3020

Джерело: власні розрахунки автора

Під час туру у Бургундію туристи зупиняться у готелі La Cloche Dijon MGallery [Додаток Д]. Гранд-готель La Cloche Dijon MGallery розташований у місті Діжон в центральній частині регіону Бургундія неподалік музеїв, Палацу герцогів

та інших основних визначних пам'яток. Розкішні номери та люкси оформлені у розкішному стилі. У ресторані готелю готують вишукані страви французької кухні. До послуг гостей фітнес-центр та сауна. Гранд-готель La Cloche Dijon MGallery має зарядні станції для електромобілів. Гості можуть користуватися платним приватним паркуванням та безкоштовними послугами паркувальника. Вартість квитків наведено в додатку К.

Розрахунок вартості туру у Бургундію наведено в табл. 2.4.

Витрати на рекламу становлять 350 Є (телебачення та журнал).

Квиток на літак туди і назад 500 Є.

Витрати на бензин 90 Є.

Амортизація авто 105 Є (35 Є / 100 км).

Туристичному оператору 50% - 235 Є.

На групу з 20 чоловік вартість туру коштуватиме 5440 Є.

Висновки до розділу 2

Отже, вихідною і кінцевою точками маршруту служать пункти початку і закінчення подорожі. Початок маршруту – це місце надання туристу першої туристичної послуги, обумовленої договором (Діжон), кінець маршруту - місце надання останньої туристичної послуги (Діжон). Пунктами маршруту туру є: Київ - Діжон - Київ. Форма туру – маршрутно-транспортний. Транспортними засобами, які використовуються під час туру, є повітряний транспорт – з країни прибуття й назад (з Києва до Діжону і з Діжону до Києва) та автобус – в країні відпочинку між пунктами екскурсій. Вартість туру 503 євро. Бургундія має добре розвинену туристичну інфраструктуру, яка включає транспорт, заклади харчування, готелі, а також організацію турів, забезпеченість інформацією, картами, сувенірами тощо.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Місце України у світовому туристичному процесі визначається культурно-пізнавальним, екологічним, спортивно-оздоровчим напрямами туризму. Пріоритетні напрями розвитку туризму в Україні базуються на природних ресурсах, природно-заповідному фонді і культурно-історичних пам'ятках. Найбільш поширеним видом туризму є культурно-пізнавальний, основна мета якого - ознайомлення туристів з природою, культурно-історичним надбанням і сучасним життям країни. Основним ринковим продуктом у туризмі є тури - спеціально розроблені програми в комплексі з системою заходів для їх реалізації, спрямовані на задоволення мети відпочинку.

Розробивши пізнавальний тур а саме маршрут по Бургундії пізнавального характеру вдосконалила навички роботи з технології туристичної діяльності. Пізнавальний тур розширює світогляд людини, дає змогу побачити та відчути щось нове, задовольнити пізнавальні потреби, отримати нові почуття від побаченого. Саме такі тури розраховані на широке коло споживачів, але для кожного по різному підбирається програма відпочинку. Пізнавальний тур до Бургундії, а саме цей тур розрахований споживачів молодіжного віку тобто від 18 до 35, тому що в такому віці все сприймається більш детально і запам'ятовується на довгі роки. Маршрут розроблений згідно вказівок, тобто найцікавіші пункти, що задовольнять потреби споживачів. Саме першим пунктом маршрутного плану є Діжон , тому що це місто краси, моди, кохання та столиця прекрасної країни – Бургундія.

У середні віки Діжон був столицею герцогства Бургундія, і герцоги жили в елегантних особняках, що називалися « дорогими людьми », які все ще прикрашають місто своїми вражаючими фасадами. Найбільш популярною туристичною пам'яткою є Палац дюс в історичному центрі міста. Цей середньовічний палац дозволяє відвідувачам уявити собі грандіозність князівського життя, яке включало щедрі гурманські банкети. Розміщений у крилі Палацу герцогів, це Музей витончених мистецтв, який входить до числа кращих музеїв мистецтв у Франції. Колекція варіюється від єгипетських старожитностей

до середньовічного мистецтва і бургундських скульптур епохи Відродження.

Ще один чудовий музей в Діжоні - це Музей Магнін, який демонструє велику колекцію французької живопису 17-19 століття. Найбільш важливою церквою в Діжон є Eglise Нотр-Дам, побудований в 13-му столітті у славному бургундському готичному стилі. Ефектний зовнішній вигляд з великою кількістю гаргульїв забезпечує контраст гармонійного інтер'єру. Іншим примітним прикладом бургундської готичної архітектури є Катедраль Сен-Беніг. Будівля включає крипту епохи романського періоду, яка містить мощі місцевого покровителя Бенингуса, мученика 3-го століття, який приніс християнство в Діжон.

Насолоджуючись старовинною атмосферою, Бон - це прекрасне історичне місто для відвідування в Бургундії для смаку чарівності регіону. Найважливішою визначною пам'яткою Бона є готель (Hospices de Beaune), побудований у 15 столітті як лікарня для бідних. У відмітному фламандському готичному будинку тепер знаходиться музей, в якому представлені вишукані гобелени і дорогоцінний вівтар XV століття. Серед інших визначних пам'яток - романський коледж базиліки Нотр-Дам і Музей витончених мистецтв, з численними прекрасними прикладами французької та фламандської живопису, а також сучасні твори мистецтва.

Тур розрахований на 6 ночей / 7 днів та вартість його складає на одну людину з групою у 20 чоловік 5460 Є. Цей маршрут охоплює майже все найвідоміше та найцікавіше у Франції для цільової аудиторії.

Для просування турпродукту використовуватимуться види реклами такі як, реклама у журналі та телереклама з роликом довжиною близько 25 секунд, що зможе донести споживачам всю необхідну інформацію.

Отже, за своєю ціною туристичний маршрут пізнавального характеру, охопивши майже всю територію Бургундії є дуже зручним та вигідним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алфьорова Л.С. Культурно-пізнавальний туризм: підходи до визначення поняття. Науково-практичний електронний журнал «Алея Науки», 2018. № 4. С.56-61.

2. Безручко Л. Оцінка історико-культурного потенціалу Турківського району для потреб релігійного туризму. Туристичними шляхами Прикарпаття: збірник наукових праць / за ред. Р. Береста. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. С. 110–121.

3. Блуа (Blois). Міста/ регіони Франції. URL: http://visitefrance.ru/goroda/blois.html (дата звернення 02.05.2023).

4. Бургунди. URL: https://www.npblog.com.ua/index.php/istoriya/burgundi.html (дата звернення 02.05.2023).

5. Бургундія та долина Луари. URL: https://armavia.aero/ru/burgundiya-i-dolina-luary/ (дата звернення 02.05.2023).

6. Винний тур до Бургундії. URL: https://gastrotravel.club/ua/burgundy-gastrotour (дата звернення 02.05.2023).

7. Галасюк С. С. Основні напрями розвитку туристичного ринку Франції. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Індустрія гостинності в країнах Європи». Сімферополь, 2008. С. 43–46.

8. Гарбар Г. А. Культурний туризм в контексті масової культури. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2014. № 56. С. 140–148.

9. Гуз О. П. Регіональні відмінності у розвитку туризму Франції. Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали І Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 9–10 жовтня 2014 р.) / за ред. В. Й. Лажніка. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. С. 13–17.

10. Думинець Н. О. Особливості галузевої і територіальної структури економіки Франції. Наукові записки Херсонського відділу Українського географічного товариства. 2015. № 7. С. 38–42.

11. Їдемо в Бургундію! 5 ідей, чим зайнятися між винними дегустаціями. URL: https://tripmydream.ua/media/idei-puteshestviy/edem-v-byrgyndiju-5-idej-chem-zanjatsja-v-pereruvah-mezhdy-vinnumi-degystatsijami (дата звернення 02.05.2023).

12. Комліченко О. О. Фактори розвитку туристичної галузі. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. № 8 (3). С. 75–79.

13. Кочубей Л. Сучасні особливості зовнішньої політики Франції в умовах модернізації. Наукові записки. 2018. № 1 (63). С. 93–113.

14. Кузик С.Т., Литвин Д. М. Історико-культурні ресурси українсько-польського прикордоння та особливості їх використання для туристичних цілей. Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність. 2012. № 21. С. 475–482.

15. Кузишин А.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.

16. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Вид. 3, переробл. та допов. Київ: Альтерпрес, 2015. 436 с.

17. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.

18. Масляк П. О. Рекреаційна географія. URL: http://tourlib.net/ (дата звернення 21.07.2019).

19. Можейко І. Французький досвід охорони культурної спадщини. URL: http://www.slk.kh.ua/multimedia/articles/ukrayina-eu/francuzkij-dosvid-oxoroni-kulturnoyi-spadshchini.html (дата звернення 02.05.2023).

20. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Київ: Знання, 2018. 661 с.

21. Мельник А.В., Чир Н.В. Туристична індустрія України: міжнародна конкурентоспроможність та національні пріоритети. Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки: матеріали IV Всеукраїнського науково-практичного симпозіуму (м. Івано-Франківськ, 15 травня 2020 року). Івано-Франківськ: Редакційновидавничий відділ Університету Короля Данила, 2020. С. 122-128.

22. Місто Бургундії – Діжон. URL: https://romantictourism.in.ua/mista-franciyi-dijon/ (дата звернення 02.05.2023).

23. Найкращі визначні пам'ятки і місця для відвідування в Бургундії. URL: https://sumytourism.com/26-top-rated-attractions-places-visit-burgundy (дата звернення 02.05.2023).

24. Олійник Я. Б., Степаненко А. В. Теоретичні основи туризмології: навчальний посібник. К.: Ніка-Центр, 2005. 316 с.

25. Офіційний сайт ЮНВТ. URL: https://www.unwto.org/ (дата звернення 02.05.2023).

26. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. № 13. Ч. 1. С. 233–242

27. Парфіненко А. Ю. Велика держава із глобальною відповідальністю. Здоровко С. Ф., Сідоров В. І. Судова система Франції. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. 187 с.

28. Путівник по Бургундії. Тури для всіх. URL: https://www.otpusk.com/france/_urgundija/ctyinfo/ (дата звернення 02.05.2023).

29. Савіцька О. П., Федорович О. І. Культурний туризм: реалії та перспективи розвитку у Львівській області. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. № 24.1. С. 376–383.

30. Скакун І. В Україні почав працювати Офіс культурних інновацій. URL: https://www.prostir.ua/?news=v-ukrajini-pochav-pratsyuvaty-ofis-kulturnyh-innovatsij (дата звернення 02.05.2023).

31. Ціхановська В.М., Ковальчук С.Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 7. 2015. С. 86-89.

32. WTO – Tourism 2020 Vision revisited… a road map for tourism Towards 2030 URL: https://www.modul.ac.at/uploads/files/research/tourmis/2008/International_Seminar_Kester__UNWTO_2030_.pdf (дата звернення 02.05.2023).

33. Тур по Бургундіїї. URL: https://exler.online/blog/tur-po-burgundii-s-ekslerom.htm (дата звернення 02.05.2023).

34. Тури: Бургундія, Франція. URL: http://www.pilon.net.ua/ua/countries/francija/burgundija (дата звернення 02.05.2023).

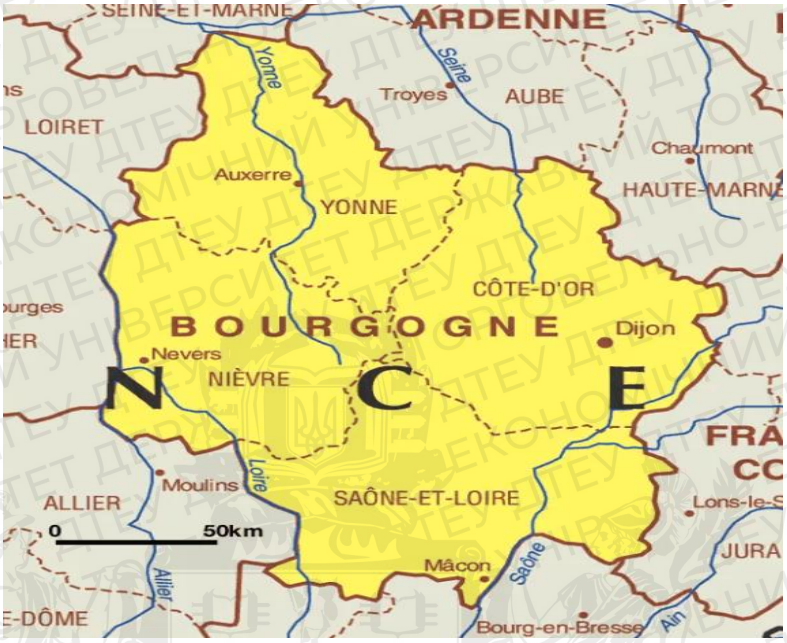
35. Burgundy - an area guide. URL: https://about-france.com/regions/burgundy.htm (дата звернення 02.05.2023).

36. Burgundy, historical region and former région, France. URL: https://www.britannica.com/place/Burgundy (дата звернення 02.05.2023).

37. Burgundians (Burgundiones) (Germans). URL: https://www.historyfiles.co.uk/KingListsEurope/FranceBurgundy.htm (дата звернення 02.05.2023).

Додаток А

Карта Бургундії



Додаток Б

Приклад анкети

1.Чи Ви подорожуєте?

Так ____ Ні ____

2. Як часто Ви подорожуєте?

1 раз на рік ____ 2 рази на рік _____ Кожні вихідні _____

3. Якому відпочинку віддаєте перевагу?

Море ____ Гори ____ Річка _____ Ліс _____ Дача _____

5 Якому виду розміщення Ви віддаєте перевагу?

Готель ____ Санаторій _____ Турбаза _____ Кемпінг _____

6 В яких країнах Ви бували?

Турція ____ Єгипет ____ Таїланд ____ Чехія ____ Крим ____

Свій варіант _____

7 Куди б Ви хотіли поїхати?

Турція ____ Єгипет ____ Таїланд ____ Чехія ____ Крим ____

Свій варіант _____

8 З якою метою Ви подорожуєте?

Полежати на сонці біля моря _____

Відвідати культурно – історичні місця _____

Покататися на лижах _____

Бізнес – поїздки _____

Свій варіант _____

9 Скільки часу Ви відпочиваєте?

7 днів ___ 10 днів ____ 14 днів _____ 24 дня _____ Більше місяця _____

10. З ким Ви відпочиваєте?

Колеги ___ Коханка (ий) ___ Один ___ Компанія друзів ___ Сім'я ____

11.Якому виду транспорту Ви віддаєте перевагу?

Авіа ____ Ж/Д ____ Автобус _____ Автомобіль _____ Водний ____

12. Ваш вік?

До 18 _____ 18 – 25 _____ 26 – 35 _____ 36 – 60 _____

61 і вище _____

13. Ваша стать?

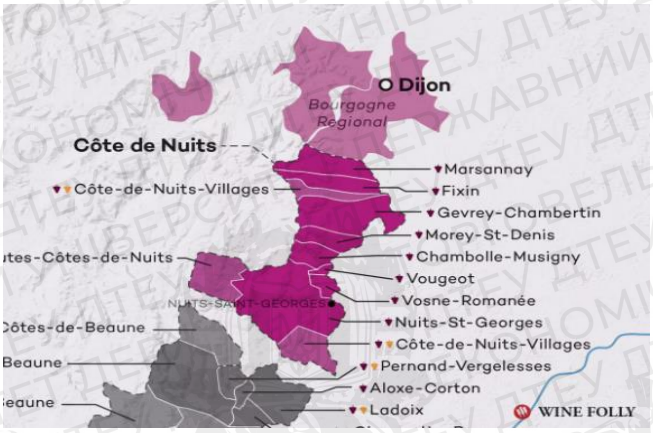
Жін _____ Чол _____

Додаток В

Основні центри розвитку туризму у Франції за регіонами

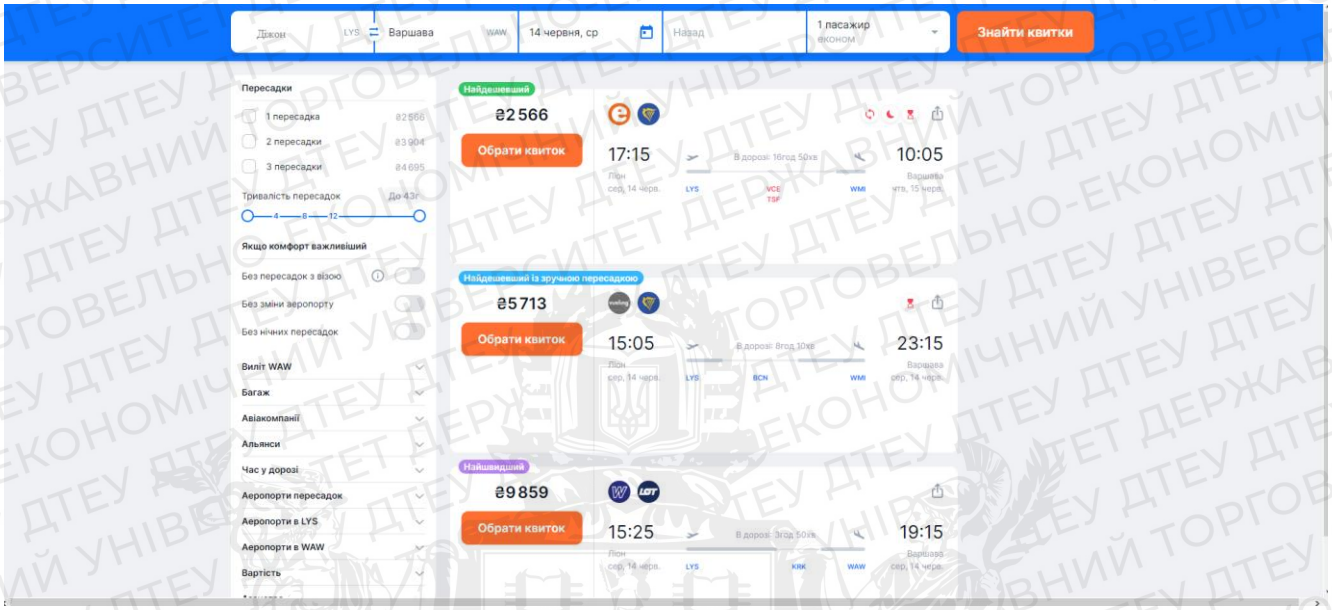
Додаток Г

Карта маршруту руху в Бургундії



Додаток Д

Готель La Cloche Dijon MGallery

Додаток К

Вартість квитків для туру до Бургундії