

УДК 338.48:330.34(44)

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.204.75-81>**Гурова Д.Д.**

кандидат географічних наук

Національний університет «Запорізька політехніка»

Gurova Darya

PhD in Geography Sc.

National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

<https://orcid.org/0000-0002-3180-0348>**Гресь-Євреїнова С.В.**

кандидат економічних наук

Національний університет «Запорізька політехніка»

Hres-Yevreinova Svitlana

PhD in Economic Sc.

National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

<https://orcid.org/0000-0003-3913-2396>**Корнієнко О.М.**

кандидат економічних наук

Національний університет «Запорізька політехніка»

Korniienko Olga

PhD in Economic Sc.

National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

<https://orcid.org/0000-0002-7056-1079>

ВПЛИВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ЕКОНОМІКУ ФРАНЦІЇ ТА ЇЇ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

У статті розглянуто вплив туристичної галузі на економіку Франції та її туристично-рекреаційних дестинацій. Туризм у Франції не лише формує значну частку ВВП, але й виступає ключовим елементом регіонального розвитку, інфраструктурного оновлення та збереження культурної спадщини. Розглянуто роль Франції як світового лідера за кількістю міжнародних туристів: навіть після пандемії COVID-19 країна швидко відновила позиції, досягнувши у 2024 році понад 100 млн туристів. Висвітлено основні напрями впливу туристичного сектору на економіку країни в цілому та окремі регіони з високою туристичною активністю. Показано показники до- і післяпандемічного періоду, що дозволяє виявити стратегії стійкості галузі. Проаналізовано статистичні дані щодо туристичних потоків, доходів від туризму, зайнятості в галузі. Також висвітлено сезонну диференціацію дестинацій, яка дозволяє забезпечити сталість економічного ефекту від туризму. Виокремлено внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на функціонування галузі.

Ключові слова: туристична галузь, економіка, Франція, туристично-рекреаційна дестинація, прибуття, сезонна диференціація.

THE IMPACT OF THE TOURISM INDUSTRY ON THE ECONOMY OF FRANCE AND ITS TOURIST AND RECREATIONAL DESTINATIONS

The article examines the impact of the tourism industry on the economy of France and its tourist and recreational destinations. Tourism in France not only forms a significant share of GDP, but also acts as a key element of regional development, infrastructure renewal and preservation of cultural heritage. The role of France as a world leader in the number of international tourists is examined: even after the COVID-19 pandemic, the country quickly regained its position, reaching over 100 million tourists in 2024. France's modern tourism system operates in the face of global challenges that require adaptation to new trends, including digitalization, sustainable development, climate change, and the post-pandemic environment. The main areas of influence of the tourism sector on the economy of the country as a whole and individual regions with high tourist activity are highlighted. Particular attention is paid to the territorial dimension of tourism impact. The study demonstrates that tourism is a powerful factor in regional development, especially in remote or sparsely populated regions with rich natural and cultural potential. Among the most economically significant

destinations, Paris is highlighted as a global cultural and business center, Provence as an example of combining agritourism and landscape attractiveness, the Côte d'Azur as a center of elite tourism, as well as regions such as the Loire Valley, Champagne, Alsace and Bordeaux, which demonstrate the synergy of wine, gastronomic and cultural tourism. The indicators of the pre- and post-pandemic period are shown, which allows identifying strategies for the sustainability of the industry. Statistical data on tourist flows, tourism revenues, employment in the industry are analyzed. The seasonal differentiation of destinations is also highlighted, which allows ensuring the sustainability of the economic effect of tourism. Internal and external factors affecting the functioning of the industry are highlighted. External factors include: changes in international demand, global economic instability, the impact of pandemics and military conflicts, in particular the war in Ukraine, which has shifted tourist flows in Europe. Among internal factors, state policy is of particular importance.

Keywords: tourism industry, economy, France, tourist and recreational destination, arrivals, seasonal differentiation.

JEL classification: L83, O52, R58, Z32, E32.

Постановка проблеми. Подорожі та туризм вже давно відіграють вирішальну роль в економічному ландшафті Європи, роблячи значний внесок у ВВП, зайнятість та розвиток інфраструктури. Згідно з даними Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC), у 2023 році цей сектор зробив 10% світового ВВП, що на 12,1% більше, ніж у 2023 році. Це на 7,5% більше за попередній рекорд, встановлений у 2019 році [1]. У 2025 році зростання галузі продовжилося, перевершивши попередні рекорди та закріпивши туризм як основу економічної стабільності на всьому континенті.

Франція залишається однією з найбільш відвідуваних країн світу, пропонуючи багату культурну спадщину, всесвітньо відому кухню та культові пам'ятки. Однак французький туристичний сектор, як і значна частина світової галузі, зазнав різкого спаду під час пандемії COVID-19, зазнавши третіх за величиною втрат від туризму у світі – падіння кількості прибуттів на 66% та падіння внеску до ВВП на 103 мільярди євро. Це глибоко вплинуло на економіку Франції, підкреслюючи вирішальну роль туризму у фінансовому стані країни. Франція відновилася на тлі покращення світової ситуації. Міністерство економіки оголосило про рекордний 2024 рік для французького туризму завдяки зростанню міжнародних відвідувань. Показники відвідуваності та доходів у 2024 році свідчать про те, що понад 100 мільйонів міжнародних відвідувачів приїхали до Франції (+2 мільйони), що принесло 71 мільярд євро міжнародних доходів (+12%) [2].

Туристичний сектор відіграє вирішальну роль у французькій економіці, як прямо, так і опосередковано. У туристичній галузі працює приблизно 2 мільйони людей, тобто майже 7,5% від загальної кількості зайнятих у країні. Це включає прямі робочі місця в готелях, ресторанах, транспорті, туристичних агентствах та туристичних об'єктах, а також непрямі робочі місця, створені цією діяльністю.

Туристична галузь не обмежується лише великими містами, такими як Париж. Французькі регіони, такі як Аквітанія, Окситанія та Прованс-Альпи-Лазурний Берег, також приваблюють свою частку відвідувачів, хоча Корсика і Верхня Франція посідають останні місця за кількістю відвідувачів.

Туризм приносить значні економічні вигоди цим регіонам, стимулюючи різні місцеві галузі промисловості, від громадського харчування до культурної діяльності. Менш відвідувані регіони, також отримують

вигоду від туризму, хоча й у менших масштабах. Кожен із цих регіонів пропонує унікальну пам'ятку, що сприяє різноманітності туристичної пропозиції Франції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження розвитку туризму у Франції привертає увагу багатьох науковців як за кордоном, так і в Україні. Haitham Nobanee розглядає вплив фінансового менеджменту на туризм та економіку Франції [2]; Philippe Bachimon займається дослідженнями розвитку внутрішнього туризму країни [4]. Michel Bauer – автор праць з культурного туризму у Франції, зокрема, вивчав культурний туризм у Франції в контексті європейського туризму [5]. Isabelle Frochot досліджує винний туризм у Франції, аналізуючи його парадокси та вплив на туристичну індустрію [6]. Hugues Seraphin вивчає освіту в галузі туризму у Франції та її відповідність цілям сталого розвитку [7].

Серед вітчизняних науковців, які зробили значний внесок у розуміння розвитку туризму у Франції та впливу туризму на економіку як України, так і світу загалом можна виділити Олійника Я.Б., фахівця у сфері суспільної географії та регіональної політики і економіки [8]; Ткаченко Т.І., наукові інтереси охоплюють обґрунтування та дослідження теоретичних і практичних принципів сталого розвитку туризму та управління якістю в туризмі [9]; Кнодель Л.В., розглядає систему туристичної освіти Франції, її університети та закордонські території [10]; Алексеева Ю.В. досліджує державне регулювання туристичної галузі України з урахуванням досвіду Франції, зокрема, аналізує муніципальні туристичні офіси, регіональний розвиток туризму та партнерство між публічною владою, громадами та приватним сектором [11].

Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених конкретним аспектам французької туристичної галузі, вони недостатньо враховують складний економічний вплив туризму на макро- та мезорівнях. Існуючі дослідження зосереджені переважно на статистиці туристичних потоків, аналізі конкретних видів туризму або вивченні культурних особливостей дестинацій, нехтуючи просторовими та сезонними коливаннями в їх розвитку.

Мета статті – дослідження економічного впливу туристичної галузі на Францію як на державному, так і на регіональному рівні, аналіз просторових і сезонних особливостей функціонування туристично-

рекреаційних дестинацій, а також виявлення зовнішніх та внутрішніх факторів, які забезпечують сталий розвиток туризму як чинника економічної стабільності та зростання.

Виклад основних результатів дослідження. У той час, як світ переживає постпандемічну епоху, туризм продовжує бути ключовим елементом економічного зростання. З 1,4 мільярдами міжнародних туристичних прибуттів, зареєстрованих у світі, 2024 р. ознаменувалася відновленням міжнародного туризму після найгіршої кризи в історії сектору. Більшість напрямків прийняли більше іноземних туристів у 2024 р., ніж до пандемії, водночас витрати відвідувачів також продовжували стрімко зростати.

Європа, найбільший у світі регіон призначення, у 2024 р. зареєструвала 747 мільйонів міжнародних прибуттів (+1% порівняно з рівнем 2019 р. та 5% порівняно з 2023 р.), що підтримано високим внутрішньорегіональним попитом. Усі європейські субрегіони перевищили допандемічні рівні, за винятком Центральної та Східної Європи, де багато напрямків досі страждають від затяжних наслідків російської агресії проти України [12].

З огляду на Олімпійські та Паралімпійські ігри, відкриття Нотр-Дам де Парі, 80-річчя висадки союзників в Нормандії, Кубку світу з регбі, 2024 р. був неймовірним і винятковим для Франції. Ці події принесли конкретні результати: Франція прийняла понад 100 мільйонів іноземних туристів. Що стосується відвідуваності, то міжнародна відвідуваність зростає, переважно за рахунок клієнтів з Північної Європи та Сполучених Штатів. Зі збільшенням кількості ночей проживання на 5% американці стали ключовою групою клієнтів, що підсилюється значними відмінностями між економіками та купівельною спроможністю. Крім того,

азійські країни зазнали зростання кількості ночей проживання у 2024 році, зокрема Китай (+40%) та Японія (+20%). Нарешті, Індія, Мексика, Канада та Південна Корея знову є ринками, що демонструють бум [13].

Що стосується доходів, Міністерство туризму відзначає найвищий в історії міжнародний дохід – рекордні 71 мільярд євро, що на 12% більше, ніж у 2023 р., з позитивним показником подорожей у платіжному балансі понад 15 мільярдів євро (різниця між доходами, отриманими іноземними мандрівниками у Франції, та витратами французів за кордоном) [14].

П'ять країн є основними «постачальниками доходів» для Франції: Бельгія, Велика Британія, Німеччина, Швейцарія та Сполучені Штати (зростання з 5% до 15% порівняно з 2023 р.). Франція залишається основним напрямком для бельгійців.

Однак, хоча азійські ринки продовжують своє відновлення, розпочате два роки тому, показники доходів все ще поступаються показникам 2019 р. (-60% для Китаю та -30% для Японії).

Туристична галузь у Франції є життєво важливим джерелом зайнятості, підтримуючи понад 2,93 мільйона робочих місць у 2024 р. Ця цифра становить приблизно 10,9% від загальної зайнятості в країні, що робить туризм однією з найбільших галузей промисловості Франції [15]. Більшість цих робочих місць зосереджені в секторах розміщення та громадського харчування, де основними роботодавцями є готелі, ресторани та кафе.

Заглядаючи в майбутнє, туристична галузь готова створити ще більше робочих місць. За оцінками, до 2034 р. цей сектор підтримуватиме понад 3,4 млн робочих місць, що відображає його постійне зростання та значення (рис. 1).

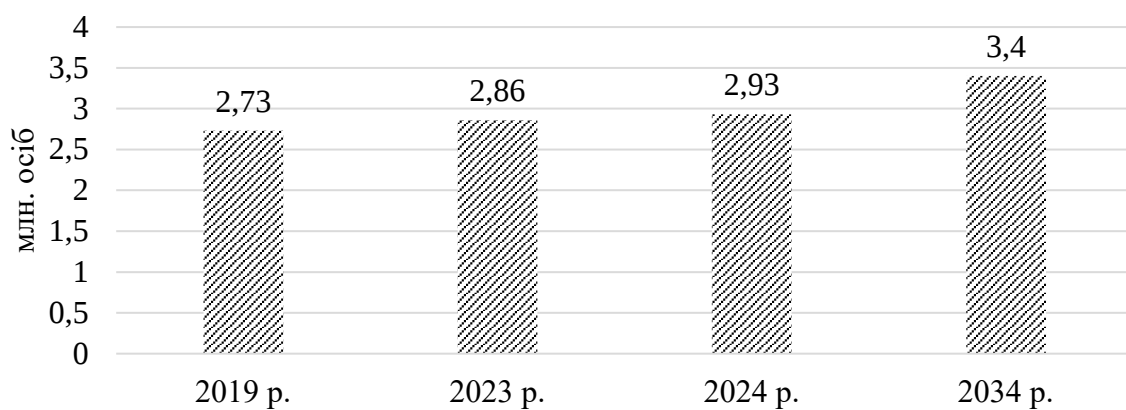


Рис. 1. Кількість робочих місць туристичного сектору Франції

Джерело: [16]

Внесок галузі в економіку є суттєвим і становить близько 9,7% ВВП. Оскільки сектор продовжує розширюватися, очікується, що до 2028 р. він генеруватиме понад 248,1 мільярда євро доходу, що ще більше зміцнить економіку Франції та забезпечить стабільний потік нових робочих місць.

У 2024 р. сектор розміщення у Франції зазнав зростання обороту на 1,6%, при цьому готелі зросли на

1,5%, а туристичні резиденції та курортні селища – на 1,8%. Зростання цін на 3,2% допомогло компенсувати зниження рівня заповнюваності на один пункт [16].

Готелі класу люкс продемонстрували вражаючу стійкість, використовуючи свою «ціноутворюючу силу» для досягнення значного підвищення цін. У сегменті класу люкс середні ціни зросли на 48% порівняно з 2019 р. та на 9,6% порівняно з 2022 р., тоді як

готелі високого класу також зазнали помітного зростання цін на 27,4% та 9,8% відповідно. Це різке зростання цін сприяло високим показникам, при цьому RevPAR (дохід на доступний номер) зріс на 37,8% з 2019 р. та на 10,9% порівняно з 2022 р. Однак темпи відновлення відрізняються залежно від етапу відновлення, на якому знаходиться готельний напрямок [17].

Туристично-рекреаційні дестинації (регіони) з найкращими показниками – Овернь Рона-Альпи, Південний регіон (Прованс-Альпи Лазурний Берег) та Іль-де-Франс – продемонстрували найбільш помітне покращення показника RevPAR. Прованс-Альпи Лазурний Берег лідирував зі зростанням на 31,9%, далі йдуть Іль-де-Франс з 28,5% та Овернь Рона-Альпи з 23,9%. У той час як Іль-де-Франс пережив більш потужне відродження у 2023 р. після повільнішого відновлення після пандемії, двом іншим регіонам вдалося перевищити не лише показники 2022 р., а й рівні 2019 р. – вражаючий подвиг в епоху, коли багато регіонів все ще прагнуть досягти допандемічного рівня туризму [17].

Відновлення цих дестинацій підкреслює, наскільки важливими є їхні унікальні ресурси для туристичного ландшафту. Наприклад, Іль-де-Франс, у центрі якого знаходиться Париж, залишається магнітом для іноземних відвідувачів, особливо після проведення таких великих світових подій, як Олімпійські ігри.

Завдяки «ефекту Олімпійських ігор» увесь Паризький регіон отримав вигоду від позитивної тенденції кількості відвідувачів, як в олімпійських, так і в неолімпійських зонах. Рівень заповнюваності готелів зріс у всіх департаментах внутрішніх передмість: +13,1 бала в Сена-Сен-Дені, +8,3 бала в Валь-де-Марн, +13,1 бала в О-де-Сен [18].

Тим часом Прованс-Альпи, Лазурний берег, Овернь та Рона-Альпи, користуються перевагами своєї природної краси та репутації провідних місць для відпочинку, приваблюючи як місцевих, так і іноземних мандрівників цілий рік.

Перспективи в прибережних туристично-рекреаційних дестинаціях загалом позитивні. У Бретані та на узбережжі Ла-Маншу спостерігалось незначне зниження рівня заповнюваності у 2023 р. Цю тенденцію частково можна пояснити винятковими показниками Ла-Маншу у 2019 р., зумовленими 75-ю річницею висадки в Нормандії у Другій світовій війні. Через 5 років, у 80-ту річницю, ця подія знову стала поштовхом для регіону, і показники відвідуваності у 2024 р. досягли допандемічного рівня [18].

Ці падіння і злети заповнюваності показують, як історичні чи культурні події можуть створювати значні, хоча й тимчасові, сплески туризму. Це також підкреслює важливість стійких стратегій залучення, особливо для таких регіонів, як Бретань та Ла-Манш, яким, можливо, доведеться диверсифікувати свої пропозиції, щоб зберегти динаміку.

Гірські туристично-рекреаційні дестинації демонструють схожу історію успіху, головним чином завдяки мандрівникам-відпочивальникам. Хоча багато французьких туристів повернулися до подорожей за кордон, іноземні гості знову стікаються на пляжі та

гори Франції, прагнучи побачити культові краєвиди країни. Франція продовжує використовувати це, поєднуючи розкіш з природною красою, зберігаючи свою позицію як провідного напрямку, незважаючи на зміну моделей подорожей.

Різноманітні показники в різних дестинаціях підкреслюють стійкість туристичної галузі Франції, а також демонструють важливість адаптації до змінних ринкових тенденцій. Хоча деякі дестинації можуть значною мірою покладатися на міжнародні події або одноразові історичні події для підвищення рівня заповнюваності, інші, як-от Іль-де-Франс та Південний регіон, досягають успіху завдяки своїй усталеній репутації місць, які обов'язково варто відвідати. Завдання полягатиме в тому, щоб зберегти цей імпульс і забезпечити стале зростання в усіх регіонах, а не лише в тих, які отримують вигоду від короткострокового зростання.

Франція ефективно використовує сезонну диференціацію туристичних потоків, сприяючи рівномірному навантаженню туристичної інфраструктури протягом року. Такий підхід допомагає запобігти надмірній концентрації відвідувачів у пікові місяці та підтримує економічну активність у регіонах з різною спеціалізацією. Завдяки чіткої визначеній регіональній сезонності створюється стабільний внутрішній ринок праці в секторах гостинності, транспорту та послуг і зберігається привабливість туристичного сектору для інвестицій (табл. 1).

Адаптація туристичних продуктів до природно-кліматичних умов певних сезонів додатково оптимізує навантаження на ресурси території, тим самим знижуючи ризик перевантаження екосистем та транспортної інфраструктури. Така модель просторового та сезонного розподілу туризму позитивно впливає на регіональний розвиток, стимулюючи малий бізнес, місцеве виробництво та збереження культурної спадщини, тим самим сприяючи загальному зростанню французької економіки.

Сучасна туристична система Франції функціонує під динамічним впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, які визначають темпи розвитку, структуру попиту, інвестиційну привабливість та здатність галузі адаптуватися до криз. До ключових зовнішніх факторів належать зміни у глобальній структурі туристичних потоків, пов'язані зі зростанням попиту на нові ринки (особливо азійські країни), активна конкуренція за увагу туристів між країнами, впровадження цифрових послуг та поширення нестабільності в окремих регіонах (збройні конфлікти, пандемії, кліматичні катастрофи). Наслідки пандемії COVID-19 стали випробуванням на міцність для інфраструктури французького туризму, підкресливши залежність багатьох регіонів від масових туристичних потоків, одночасно прискорюючи трансформацію галузі в бік сталого розвитку та цифровізації. Розвиток електронних платформ, мобільних додатків, безконтактних систем бронювання та інтеграція віртуальної та доповненої реальності з відвідуванням музеїв та екскурсіями стали відповіддю на зміну моделей поведінки туристів.

Таблиця 1

Найкращі місця для відвідування у Франції за сезоном

Пора року	Дестинація	Причина відвідування
Весна	Живерні	Сади Моне у повному розквіті
	Долина Луари	Сади замку квітнуть, натовпів менше
	Ніца	Ідеальний середземноморський клімат, весняний карнавал
	Страсбург	Великодні ярмарки, квітучі парки
Літо	Прованс	Лавандові поля у цвіту (пik у липні)
	Корсика	Незаймані пляжі, гірські походи
	Бретань	Драматичні берегові лінії з помірними температурами
	Шампань	Екскурсії виноградниками, літні фестивалі
Осінь	Бордо	Фестивалі збору врожаю вина, осінні листя
	Ліон	Полювання на трюфелі, осінні кольори
	Париж	Початок культурного сезону, менше туристів
	Дордонь	Гастрономічні події, ідеальна погода для прогулянок
Зима	Страсбург	Найстаріший різдвяний ярмарок у Франції
	Шамоні	Лижний спорт світового класу, зимові види спорту
	Париж	Зимова ілюмінація, культурні заходи в приміщенні
	Межев	Елітний гірськолижний курорт із вишуканими ресторанами

Джерело: авторська розробка.

З іншого боку, внутрішні фактори, зокрема державна туристична політика, регіональні стратегії, підтримка малого бізнесу та захист культурної спадщини, відіграють вирішальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності сектору. Франція впроваджує політику децентралізації туризму, метою якої є перерозподіл туризму з перенаселених міських районів до периферійних та сільських районів. Ці райони, якщо вони мають культурний або природний потенціал, поступово перетворюються на центри місцевого економічного зростання.

Проекти, що інтегрують культурну спадщину в туристичний продукт, дали позитивні результати. Програма «Petites Cités de Caractère» об'єднала понад 200 малих міст з населенням до 6000 осіб, яким вдалося збільшити туризм на 15-20% за останні п'ять років завдяки інвестиціям у збереження історичної спадщини та організацію місцевих культурних заходів. У регіоні Бургундія ці практики створили понад 6000 нових робочих місць у сфері гостинності, торгівлі та транспорту [19].

Таким чином, можна стверджувати, що туризм є важливим інструментом соціально-економічного вирівнювання у Франції. У депресивних або сільських регіонах туристична активність компенсує нестачу промислового виробництва або великого бізнесу. Наприклад,

Прованс, Корсика або Піренеї, маючи обмежені індустриальні ресурси, отримують до 40% місцевого бюджету саме за рахунок туризму. Аналогічно, у Бордо, крім виноробної промисловості, активно розвиваються послуги, пов'язані з прийомом туристів: готелі, музеї, кулінарні тури, фестивалі.

Враховуючи багатофакторний характер впливу на туризм, можна розглядати його не лише як сферу послуг, але й як елемент політики розвитку країни, платформу для адаптації периферійних районів та важливий канал міжкультурної комунікації в глобалізованому світі.

За даними Міністерства економіки Франції, початкові тенденції французького туризму у першому кварталі 2025 р. є дуже сприятливими. Наприклад, кількість міжнародних авіаприбуттів зросла на 10% за перші три тижні року порівняно з минулим роком, причому сильні результати спостерігаються серед американців (+15%), бразильців та індійців (+7%), а також китайців (+16%). Також у січні 2025 р. рівень заповнюваності готелів зріс більш ніж на сім пунктів, а у лютому – на чотири пункти [20].

Однак, незважаючи на зростання відвідувань, туристична галузь у Франції більше не відіграє роль локомотива економічного зростання. У допандемічний період Франція, маючи майже 80 мільйонів іноземних

туристів, мала титул «найкращого туристичного напрямку світу». Але навіть за величезної кількості туристів, що прибувають до Франції, туристична галузь посідає третє місце за обсягом доходів для країни, поступаючись Іспанії та США. Це називається Французьким парадоксом. Парадокс пояснює, що хоча країна багата на туризм, вона генерує менше доходів для країни, і експерти стверджують, що Франція в майбутньому може перестати бути першою туристичною визначною пам'яткою світу.

Висновки. Сфера туризму є одним із ключових секторів французької економіки, що забезпечує значний внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП), створення робочих місць, розвиток регіональної інфраструктури та підтримку малих і середніх підприємств. Франція, яка традиційно входить до переліку світових лідерів за кількістю міжнародних туристів, має розгалужену мережу туристично-рекреаційних дестинацій, що демонструють різну ступінь спеціалізації та

сезонної привабливості.

У той же час, для туризму існує потреба в інноваційній політиці в місцях призначення, які є найпопулярнішими в країні, оскільки вони створюють конкуренцію як на національному, так і на міжнародному туристичному ринку, що забезпечить величезне зростання економіки країни. Туристична галузь також повинна зосередитися на внутрішньому зростанні та максимально використовувати його, адже очікується, що витрати на внутрішній туризм у Франції досягнуть 131,4 мільярда євро до 2028 р.

Попри високу ефективність туристичної сфери, вона залишається чутливою до зовнішніх факторів: політичної нестабільності, пандемій, терористичних загроз, коливань валютного курсу тощо. Крім того, Франція зіштовхується з викликами сталого розвитку: адаптації до змін клімату, уникнення «туристифікації» історичних центрів міст (як у Парижі чи Ніцці), збереження локальної ідентичності в умовах глобалізації.

Список використаних джерел:

1. World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/>.
2. France Leads Global Tourism with 100M Visitors in 2024. URL: <https://surl.lu/clonmk>
3. Haitham Nobanee. (2022). Sustainable Financial Management of Tourism Industry in France. Research Gate, URL: <https://surl.lu/nmfdno>
4. Philippe Bachimon, & Pierre Dérioz. (2024). Le tourisme oléicole en Provence, une forme touristique inaboutie. *Via Tourism Review* 25. DOI: <https://doi.org/10.4000/123h8>.
5. Michel Bauer. (1996). Cultural tourism in France. *Cultural Tourism in Europe*. ed. by Greg Richards. Wallingford, United Kingdom: CAB International, 347 p.
6. Isabelle Frochot. (2015). French Wine Brotherhoods and Wine Tourism: A Complex Relationship. *Touism Recreation Research*, No. 26(2). Pp. 53-62. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2001.11081343>.
7. Hugues Seraphi. (2021). Tourism Education in France and Sustainable Development. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHAT-08-2020-0083>.
8. Олійник Я.Б., Степаненко А.В. (2005). Теоретичні основи туризмології. Київ: Ніка-Центр, 361 с.
9. Ткаченко Т.І. (2009). Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: КНТЕ, 463 с.
10. Кнодель Л.В. (2019). Туризм і туристська освіта у Франції: монографія. Київ: ФОП Кандиба Т.П., 287 с.
11. Алексеева Ю.В. (2005). Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.2002. Київ, 195 с.
12. International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. URL: <https://surl.lt/zstlaz>
13. 2024, a record year for international tourism in France. URL: <https://surl.li/nuphec>
14. France's Travel & Tourism Broke All Records Last Year, WTTC Research Reveals. URL: <https://surl.li/vgldjs>
15. Labour Market Information: France. (2025). URL: <https://surl.li/umtyvw>
16. The Most Important France Tourism Statistics for 2025. URL: <https://www.travheir.com/europe/france-tourism-statistics/>.
17. French Hotel Market Outlook 2024. URL: <https://www.globalassetsolutions.com/french-hotel-market-outlook-2024>.
18. Paris 2024 Olympic Games: Preliminary tourism report. URL: <https://parisjetaime.com/eng/article/preliminary-report-olympic-games-a1755>.
19. «Petites Cités de Caractère». URL: <https://www.petitescitesdecaractere.com/>
20. Tourism in 2025: a year of growth in travel expected. URL: <https://surl.li/qeirte>.

References:

1. World Travel & Tourism Council. Retrieved from: <https://wtcc.org/>.
2. France Leads Global Tourism with 100M Visitors in 2024. Retrieved from: <https://surl.lu/clonmk>. [in English].
3. Haitham Nobanee. (2022). Sustainable Financial Management of Tourism Industry in France. Research Gate, Retrieved from: <https://surl.lu/nmfdno> [in English].
4. Philippe Bachimon, & Pierre Dérioz. (2024). Le tourisme oléicole en Provence, une forme touristique

inaboutie. *Via Tourism Review* 25. DOI: <https://doi.org/10.4000/123h8>. [in French]

5. Michel Bauer. (1996). Cultural tourism in France. *Cultural Tourism in Europe*. ed. by Greg Richards. Wallingford, United Kingdom: CAB International, 347p.

6. Isabelle Frochot. (2015). French Wine Brotherhoods and Wine Tourism: A Complex Relationship. *Touism Recreation Research*, No. 26(2). Pp. 53-62. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2001.11081343>. [in English].

7. Hugues Seraphi. (2021). Tourism Education in France and Sustainable Development. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2020-0083>. [in English].

8. Oliynyk, Ya.B., & Stepanenko, A.V. (2005). *Teoretychni osnovy turyzmolohiyi* [Theoretical foundations of tourism]. Kyiv: Nika-Center [in Ukrainian].

9. Tkachenko, T.I. (2009). *Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu* [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities] : monograph. Kyiv: KNTE, 463 p. [in Ukrainian].

10. Knodel, L.V. (2019). *Turyzm i turyst-s'ka osvita u Frantsiyi* [Tourism and tourist education in France]. Kyiv: FOP Kandyba [in Ukrainian].

11. Aliksieieva Yu.V. (2005). *Derzhavne rehuliuвання rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy v konteksti dosvidu Frantsii* [State regulation of the development of the tourism industry of Ukraine in the context of the experience of France] : dissertation ... candidate of sciences in public administration: 25.00.2002. Kyiv, 195 p. [in Ukrainian].

12. 12 International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. Retrieved from: <https://surl.lt/zstlaz>.

13. 2024, a record year for international tourism in France. Retrieved from: <https://surl.li/nuphec>.

14. France's Travel & Tourism Broke All Records Last Year, WTTC Research Reveals. Retrieved from: <https://surl.li/vgldjs>

15. Labour Market Information: France. (2025). Retrieved from: <https://surl.li/umtyvw>

16. The Most Important France Tourism Statistics for 2025. Retrieved from: <https://www.travheir.com/europe/france-tourism-statistics/>.

17. French Hotel Market Outlook 2024. Retrieved from: <https://www.globalassetsolutions.com/french-hotel-market-outlook-2024>.

18. Paris 2024 Olympic Games: Preliminary tourism report. Retrieved from: <https://parisjetaime.com/eng/article/preliminary-report-olympic-games-a1755>.

19. «Petites Cités de Caractère». Retrieved from: <https://www.petitescitesdecaractere.com/>.

20. Tourism in 2025: a year of growth in travel expected. Retrieved from: <https://surl.li/qeirte>.