

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр

Рівень вищої освіти

Організація відпочинку в парках розваг Франції за матеріалами ТОВ «Lets go travel», м. Хмельницький

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

Шифр _____

Виконав: студент 4 курсу
група ТУР-19-1

Підпис

В. В. Гуменюк

Ініціали, прізвище

Керівник

Підпис

Л. В. Григор'єва

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

Підпис

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:
Зав. кафедри
туризму та готельно-
ресторанної справи

Підпис

І.Є. Журба

Ініціали, прізвище

_____ 2023 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
 Рівень вищої освіти магістр
 Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
 Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
 Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
 зав. кафедри туризму та
 готельно-ресторанної справи
 Журба І. Є. _____
 _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Гуменюк Вероніка Василівна

Прізвище, ім'я, по батькові студента

- 1 Тема роботи Організація відпочинку в парках розваг Франції за матеріалами ТОВ «Lets go travel», м. Хмельницький
 керівник роботи Григор'єва Людмила Володимирівна
 затверджена Наказом по університету від «01» березня 2023 р. №5
- 2 Строк подання студентом роботи на кафедру _____ 2023 р. _
- 3 Вихідні дані до роботи: посібники, фахові видання, статистичні звіти, Інтернет джерела
- 4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)
У першому розділі розглянуто теоретичні основи організації відпочинку в парках розваг Франції. У другому розділі проаналізована організація відпочинку в парках розваг Франції та діяльність ТОВ «Lets go travel. У третьому розділі розроблені заходи з удосконалення організації відпочинку в парках розваг Франції ТОВ «Lets go travel».
- 5 Перелік графічного матеріалу: Взаємозв'язок туризму та рекреації в організації відпочинку; Напрямки організації відпочинку; Доходи та витрати від туризму Франції, млн євро; Географія тематичних парків розваг Франції; Варіанти вартості та компонування туру по дням; Рекомендовані пропозиції щодо удосконалення організації відпочинку в парках розваг Франції _____
5. Дата видачі завдання _____ 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання ДР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	22.05.2023	
2. Вивчення стану проблеми за темою, розкриття її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	25.05.2023	
3. Збір фактичного матеріалу	29.05.2023	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	01.06.2023	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо. Обробка зібраного матеріалу	05.06.2023	
6. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	12.06.2023	
7. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	16.06.2023	
8. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	19.06.2023	
9. Здача роботи на кафедру	20.06.2023	

Студент-дипломник _____

Підпис,

Вероніка Гуменюк _____

Прізвище, ініціали

Керівник роботи _____

Підпис,

Людмила Григор'єва _____

Прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

на дипломну роботу Гуменюк Вероніка Василівна

Тема роботи: Організація відпочинку в парках розваг Франції за матеріалами ТОВ «Lets go travel», м. Хмельницький

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник доцент Григор'єва Л. В.

м. Хмельницький, 2023 р.

Дипломна робота виконана на ___ с., містить ___ таблиць, ___ рисунків, з перелік джерел посилань складається із ___ найменування, ___ додатків.

Актуальність роботи. Туризм динамічний сектор економіки, який охоплює різні галузі. Існують компанії і сектори, які отримують безпосередню і опосередковану вигоду від цього великого сектора як в довгостроковій, так і в короткостроковій перспективі, ці сектори покладаються на притік туристів або іноземців з інших країн для підтримки свого бізнесу. Окрім інших галузей, які важливими для ефективного функціонування інших секторів економіки, рішення вивести на передній план розважальну частину туристичної галузі під час розвитку дестинації потребує значних капіталовкладень, які мають бути повернуті за рахунок притоку туристів. Індустрія розваг має суттєвий вплив на прийняття рішень про подорож і її не можна ігнорувати під час розвитку туристичної галузі. На цей аспект туристичної діяльності приділяється мало уваги, але багато туристів під час подорожей завжди залежать від розважального сектора туристичної галузі, щоб отримати незабутню відпустку. Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичних основ організації відпочинку в парках розваг Франції.

У другому розділі проаналізовано організацію відпочинку в парках розваг Франції та напрямки діяльності туристичного оператора.

У третьому розділі розроблені заходи з удосконалення організації відпочинку в парках розваг Франції ТОВ «Lets go travel».

Ключові слова: розважальний туризм, парк розваг, тематичний парк, напрямки діяльності, туристично-рекреаційна діяльність, аналіз, тур.

SUMMARY

for the thesis _____HumenyukVeronikaVasylivna_____

The topic of the work: Organization of vacations in French parks to the materials of «Lets go travel» LLC, Khmelnytskyi

Specialty 242 «Tourism and recreation»

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor, docentHryhorieva L.V.

Khmelnytsky, 2023

Thesis is performed on ___ pages, contains ___ tables, ___ figures, the list of sources of references consists of ___ names, ___ appendices.

Relevance of the work. Tourism is a dynamic sector of the economy, which thrives on different countries. Establish companies and sectors that will take advantage of the large sector both in the long term and in the short term, these sectors rely on the influx of tourists and foreigners from other countries to support their own business. We will encircle other galleys, which are important for the effective functioning of other sectors of the economy, the decision to bring to the fore the part of the tourist galley, and the development of the destination will require significant capital investment, as it may turn out to be ku tourists. The industry has risen to the challenge of making decisions about the rise in price and it is impossible to ignore the development of the tourist gallery. There is little respect for this aspect of tourism activities, but a lot of tourists at a higher price for a long time lie down in the roost sector of the tourist gallery, so that you can take an unforgettable admission

The first section devoted to the consideration of the theoretical foundations of the of vacations in French parks.

*The second section*measures to improve the of vacations in French parks was analyzed according to the materials of «Lets go travel» LLC.

*The third section*developed measures to improve the of vacations in French parks in of «Lets go travel» LLC.

Key words: rose tourism, rose park, theme park, direct activities, tourism and recreation activities, analysis, tour.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ В ПАРКАХ РОЗВАГ ФРАНЦІЇ	
1.1 Сутність розважального туризму та його роль в рекреаційно-туристичній діяльності	9
1.2 Вплив індустрії розваг на уявлення туристів про відпочинок	12
1.3 Нормативне регулювання рекреаційно-туристичної діяльності Франції	15
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ В ПАРКАХ РОЗВАГ ФРАНЦІЇ	
2.1 Характеристика діяльності ТОВ «Letsgotravel» за 2020-2022 роки	19
2.2 Аналіз ринкових умов організації відпочинку в парках Франції	22
2.3 Аналіз можливих для організації відпочинку парків атракціонів Франції	25
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ЗАХОДІВ З УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ В ПАРКАХ РОЗВАГ ФРАНЦІЇ	
3.1 Розробка розважального туру на основі тематичного парку розваг Діснейленд	29
3.2 Розробка модифікації туру на основі відпочинку у парку розваг Діснейленд	32
Висновки	36
Список використаних джерел	38

ВСТУП

Туризм динамічний сектор економіки, який охоплює різні галузі. Існують компанії і сектори, які отримують безпосередню і опосередковану вигоду від цього великого сектора як в довгостроковій, так і в короткостроковій перспективі, ці сектори покладаються на притік туристів або іноземців з інших країн для підтримки свого бізнесу. Окрім інших галузей, які важливими для ефективного функціонування інших секторів економіки, рішення вивести на передній план розважальну частину туристичної галузі під час розвитку дестинації потребує значних капіталовкладень, які мають бути повернуті за рахунок притоку туристів. Індустрія розваг має суттєвий вплив на прийняття рішень про подорож і її не можна ігнорувати під час розвитку туристичної галузі. На цей аспект туристичної діяльності приділяється мало уваги, але багато туристів під час подорожей завжди залежать від розважального сектора туристичної галузі, щоб отримати незабутню відпустку.

Досліджують організацію відпочинку у парках розваг вітчизняні вчені та закордонні вчені: А. Александрова, О. Седінкіна К. Madison та інші. Проведені ними дослідження дають можливість виявити вплив розважального туризму на розвиток туристичного бізнесу.

Об'єктом дослідження є розробка виїзних розважальних турів туроператором «Lets go travel».

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти організації відпочинку в парках розваг Франції на туристичному ринку України.

Метою написання кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей сучасної інфраструктури розважального відпочинку на основі парку розваг, а також виявлення проблем та удосконалення організації відпочинку в парках розваг Франції туроператором «Lets go travel».

Для досягнення мети були поставлені наступні завдання:

- ознайомитися з сутністю розважального туризму та його роллю в рекреаційно-туристичній діяльності;
- розглянути особливості впливу індустрії розваг на уявлення туристів про відпочинок;
- охарактеризувати нормативне регулювання рекреаційно-туристичної діяльності Франції;
- проаналізувати діяльність туристичного підприємства «Lets go travel» за 2020-2022 роки;
- проаналізувати ринкові умови організації відпочинку в парках Франції;
- проаналізувати можливості та розташування парків розваг у Франції;
- розробити розважальний тур на основі тематичного парку розваг Діснейленд;
- розробити модифікацію туру на основі відпочинку у парку розваг Діснейленд.

Методи дослідження: спостереження, опис, метод економічного аналізу, статистичний, а також аналіз та синтез.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці рекомендацій подальшого розвитку та вдосконалення організації відпочинку в парках розваг Франції, які можуть використовуватись в практичній діяльності підприємства «Lets go travel» чи іншими туристичними підприємствами.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з ___ найменувань. Робота містить ___ таблиць та ___ рисунків. Загальний обсяг роботи становить ___ сторінок, основний зміст викладено на ___ сторінках.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ В ПАРКАХ РОЗВАГ ФРАНЦІЇ

1.1 Сутність розважального туризму та його роль в рекреаційно-туристичній діяльності

Розважальний туризм – це вид туризму, який має на меті отримання задоволення від різних видів дозвілля, розваг і культурних заходів[1]. Розважальний туризм може бути екзотичним, якщо він передбачає відвідування незвичайних місць або заняття неординарними видами діяльності [2]. Розважальний туризм також може бути частиною міжнародного туризму, який сприяє культурному обміну, пізнанню інших народів і цивілізацій [3].

Методологія рекреаційного туризму - це сукупність методів і прийомів, що використовуються при плануванні, реалізації та оцінці рекреаційних туристичних подорожей. Методологія рекреаційного туризму базується на науковому підході до визначення та аналізу туристичного потенціалу території, туристичної діяльності та мотивації людей, туристичних потреб і психологічних типів, туристичних атракцій та інфраструктури, форм і видів туризму тощо. Методологія рекреаційного туризму також включає використання різних географічних моделей і методів класифікації, типізації та районування територій з метою вибору найбільш привабливих і популярних destinations для рекреаційного туризму. Методологія розважального туризму також включає використання креативних та інноваційних розважальних, ігрових та імітаційних форматів і сценаріїв, які відповідають потребам та очікуванням різних категорій туристів.

Писаревський І. М. зауважує, що розважальна складова є невід'ємною частиною туризму: «Під туризмом розуміють популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля. Часто туризм розглядається як різновид рекреації, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності

поєднується із оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями розширеного відтворення сил людини» [4].

Окрім своєї соціальної функції, туризм відіграє дуже важливу роль у вирішенні економічних проблем суспільства. Туризм впливає на економіку наступним чином:

1) він є джерелом доходу для місцевих жителів у туристичних дестинаціях;

2) стимулює розвиток галузей, пов'язаних з виробництвом споживчих товарів, оскільки приплив туристів збільшує попит на багато видів товарів і розвиває виробництво;

3) стимулює розвиток індустрії знань та розваг, оскільки муніципалітети дуже зацікавлені у збереженні «ресурсів гостинності», культурної спадщини (пам'ятників, музеїв, будівель) та будівництві різноманітних розважальних об'єктів;

4) приносить прибутки та сприяє просуванню туристичного бізнесу на різних ринках;

5) генерує прибутки та сприяє розвитку транспортних підприємств та організацій;

6) сприяє розвитку підприємств зв'язку, оскільки туристи користуються послугами поштового, інтернет та телефонного зв'язку для підтримання зв'язку з місцем проживання;

6) збільшує попит на місцеву промислову продукцію та сувенірну продукцію, що рекламує туристичні дестинації;

7) сприяє притоку іноземної валюти в країну.

Рекреацію та туризм розглядають як потужний соціальний феномен, пов'язаний з «революцією послуг» по організації відпочинку (рисунок 1.1).

Одним з напрямів предметного уявлення про рекреаційно-туристичну діяльність є її комплексний розгляд, як складної соціально-економічної системи, яка інтегрує масову організовану рекреацію (оздоровчу, лікувальну,

спортивну, пізнавальну, розважальну), а також неупорядковану рекреацію (самодіяльна рекреація та туризм) [5].

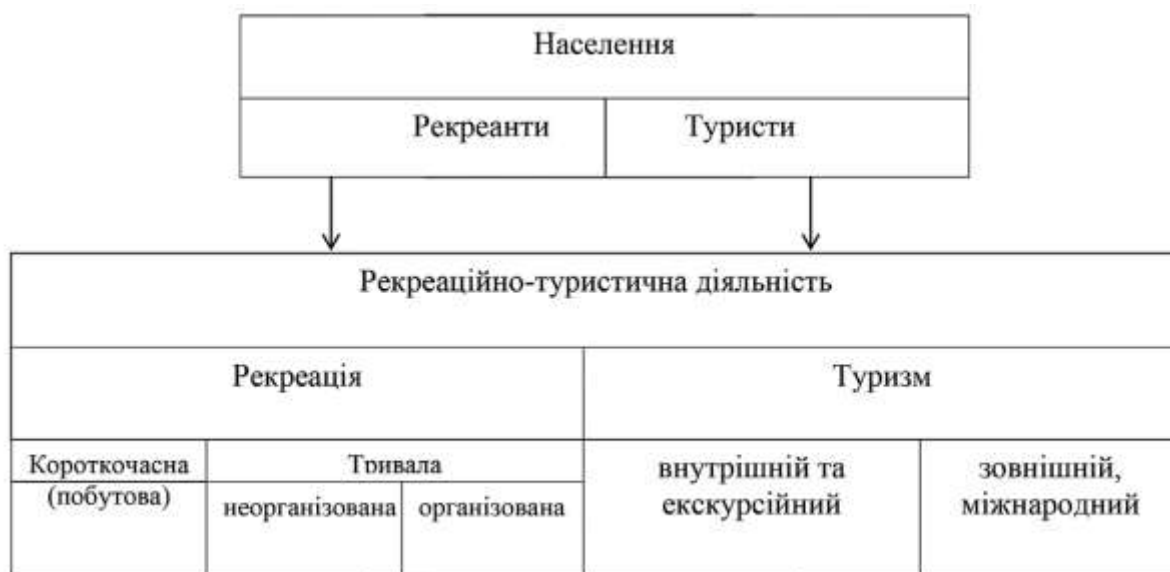


Рисунок 1.1 – Взаємозв'язок туризму та рекреації в організації відпочинку

Слід звернути увагу на розвиток та форми регіональної організації рекреаційно-туристичної діяльності. На місцевому та регіональному рівнях рекреаційно-туристична діяльність буде представлена дестинаціями. Очікується, що дестинації, які є центрами рекреаційно-туристичної діяльності, будуть концентрацією місцевих та регіональних рекреаційно-туристичних ресурсів. У свою чергу дестинація є регіональною або місцевою територією з концентрацією рекреаційних і туристичних ресурсів, та є наявна відповідна інфраструктура. На глобальному (міжнародному) рівні рекреаційна та туристична діяльність підтримується через мережеву регіональну організацію. В основі якої є глобальні туристичні центри та зони, а також основні регіони, через які проходять туристичні потоки, глобальні та макрорегіональні. Мережа міжнародних туристичних маршрутів формується туристичними потоками, тому глобальна туристична мережа має досить стабільний склад сформований роками масового туризму. При цьому туристичні дестинації продовжують

зберігати свою привабливість, а рекреаційно-туристична мережа характеризується динамічністю з формуванням нових туристичних destinations та появою нових туристичних маршрутів. Рекреаційно-туристичні мережі також характеризуються динамічністю, пов'язаною з формуванням нових туристичних destinations та появою нових туристичних маршрутів.

1.2 Вплив індустрії розваг на уявлення туристів про відпочинок

Бурхливий розвиток кінематографу перетворив його на дієвий інструмент впливу на населення, що дає змогу сформувати емоційний зв'язок глядача із місцями, побаченими з екрану. Такий тренд призвів до появи нового напрямку – кінотуризму, що передбачає зростання популярності серед відвідувачів тих локацій, які були осередком розгортання подій в фільмі [6]. Враховуючи новизну кінотуризму, всебічний аналіз та систематизація існуючих досліджень у цій сфері набуває все більшого значення для виявлення впливу цього підтипу туризму на населення та вивчення його основних особливостей і характеристик. Така систематизація досліджень показала, що існує низка факторів, які впливають як на попит, так і на пропозицію у сфері відпочинку [7; 8; 9]. З позиції формування попиту в сфері кінотуризму мотиваційними чинниками мандрівників, може бути бажання відвідати популярні місця, пов'язані з фільмами.

За ознакою мотивації кінотуристи поділяються на:

- туристів, які опинилися в локаціях, пов'язаних із фільмами випадково;
- турист ординарний, для якого фільм, в якому показана певна локація, був одним з, але не ключовим фактором вибору місця відпочинку;
- заангажований турист, який обирає туристичні локації тільки на основі переглянутих фільмів.

Передумовами ефективного кінотуризму також є унікальність локації, яку показано в фільмі, наявність розвинутої інфраструктури та ефективна

маркетингова стратегія. В контексті конкретизації впливу кінотуризму на населення можна виокремити й охарактеризувати, соціо-культурні, економічні й екологічні ефекти. Туризм впливає і на індустрію розваг, зокрема на кінематограф адже розуміння специфічних та різноманітних споживчих сегментів та провідних мотивів вибору регіону і конкретного місця для зйомки, дозволяє удосконалити маркетингову діяльність, промоційні комунікації та інші засоби для підвищення привабливості територій.

У 1923 році брати Волтер та Рой Дісней заснували невелику анімаційну студію «Disney Brothers Cartoon Studio». Волтер взяв на себе головну роль в компанії, тому з часом студію перейменували на «The Walt Disney Company» [9].

Першою серією фільмів, випущених студією, стала «Алісіна пригода», заснована на казці Льюїса Керролла. Це була серія німих короткометражних анімаційних фільмів, що поєднували гру живих акторів та мальовану анімацію. Популярною компанія стала 1927 року, після випуску мультфільмів про Кролика Освальда. Однак на той час права на персонажа Освальда належали студії «Universal Pictures», а Дісней хотів створити власного героя, тому у 1928 році був створений Міккі Маус. Спочатку мишеня назвали Мортимер і створили анімаційний короткометражний фільм під назвою «Божевільний літак». Міккі Маус став дуже швидко популярним, одним із символів компанії Волта Діснея, а згодом і американської поп-культури в цілому. В 1930-х роках були створені інші відомі персонажі, зокрема Плуто, Гуфі та Дональд Дак. На популярності цих персонажів Дісней заробив величезні статки. Одразу після виходу мультфільмів героїв почали зображати в коміксах і на різних предметах, а також виготовляти іграшки за мотивами мультфільмів. Різні компанії також використовували таких персонажів, як Міккі Маус і Дональд, для просування своєї продукції. Для цього вони купували ліцензії у Діснея, які дозволяли їм використовувати образи з мультфільмів у комерційних цілях. Упізнаваність бренду становить 97% і це більше, ніж у Санта Клауса. За оцінкою

журналу «Forbes» мишеня є найбагатшим вигаданим героєм, адже бренд Міккі Мауса щороку приносить компанії по 6,0 млрд дол. доходу [10, 11].

Після створення своїх популярних героїв Disney почав знімати повнометражні картини по мотивам казок: «Пригоди Піноккіо», «Білосніжка й семеро гномів», «Бембі», «Дамбо», «Попелюшка» та багато інших. Виробництво анімаційних повнометражних фільмів було дуже дорогим. Наприклад, одна сцена, де семеро гномів повертаються додому, триває лише одну хвилину, але для її створення знадобилося п'ять художників і шість місяців. Фільм активно переглядали і він приніс дохід у розмірі 8,0 млн дол. США [10]. Однак успіх фільму в кінотеатрах не дозволив студії стати на ноги. Саме тому Волт Дісней шукав інші джерела доходу та придумав створити Disneyland у форматі тематичного парку розваг. Щоб отримати гроші на будівництво величезного парку, Дісней підписав угоду з каналом «ABC», який зобов'язався інвестувати в будівництво парку, а Волт Дісней зобов'язався мати щотижневу програму на цьому каналі, показуючи свої мультфільми дітям. Програма називалася «Діснейленд», як і майбутній парк. Програма була популярною як серед дітей, так і серед дорослих, і органічно просувала парк, який на той час перебував на стадії будівництва.

Зрештою, вона вирішила не обмежуватися дитячою анімацією і у 1984 році вийшла в індустрію дорослих фільмів, створивши нову кіностудію «Touchstone Pictures». Таким чином Дісней став лідером за касовими зборами серед голлівудських студій завдяки фільмам «Хто підставив кролика Роджера», «Доброго ранку, В'єтнаме» та «Люба, я зменшив дітей», розширивши свою діяльність на телебаченні та заснувавши власний кабельний канал «Disney Channel» [12].

Персонажі Діснея можна знайти на канцелярських товарах, книжках з картинками, одязі, McDonald's Happy Meals та Kinder Surprise. Компанія «Disney Publishing Worldwide» працює над розповсюдженням, ліцензуванням та співпрацею по поширенню символів бренду. Happy Meals став дуже популярним, коли McDonald's почав випускати ліцензовані іграшки Діснея. Це

був величезний успіх, і колекціонери популярної культури різного віку заповнили ресторан, усі персонажі зі 101 далматинець, Міккі Маус, Попелюшка та Білосніжка були доступні у Harry Meal.

Отже, Дісней викликає дитячі спогади про яскравих героїв мультфільмів. На одязі, канцелярських товарах та посуді завжди присутні принти діснеївських персонажів, та й сам «Діснейленд» став справжнім гігантом в індустрії розваг та медіа-індустрії.

1.3 Нормативне регулювання рекреаційно-туристичної діяльності Франції

Природні рекреаційні фактори, які сприяли розвитку туризму в країні, включають м'який клімат, довгу берегову лінію, наявність гір Альп і Піренеїв та багато цілющих водних джерел. Франція славиться своїми морськими та гірськими курортами і спортивними центрами. Франція також багата на історичні, культурні, архітектурні та мистецькі пам'ятки. Широке розмаїття пам'яток збереглося з римських часів, середньовіччя, Нового часу і до наших днів.

Більша частина території Франції розташована в Західній Європі. Загальна довжина її кордонів становить 2889 км, на північному сході вона межує з Бельгією (620 км) і Люксембургом (73 км), на сході - з Німеччиною (451 км) і Швейцарією (573 км), на південному сході - з Монако (4,4 км) та Італією (488 км), а на південному заході - з Іспанією (623 км) і Андоррою (56,6 км). На заході і півночі омивається Атлантичним океаном (Біскайська затока і Ла-Манш), а на півдні - Середземним морем (Ліонська затока і Лігурійське море). Межує зі Сполученим Королівством через протоку Ла-Манш (Па-де-Кале). До її складу також входять середземноморський острів Корсика та заморські департаменти Французька Гвіана, Гваделупа, Мартініка і Реюньйон[13].

Собори, абатства, палаци, фортеці, музеї та інші будівлі, розкидані по всій Франції, майже не були зруйновані під час воєн у ХХ столітті. В охорону культурної спадщини вкладаються значні кошти та здійснювані дії заносяться у міжнародно затверджені звіти, адже Франція має 49 об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО(рисунок 1.2) [14].

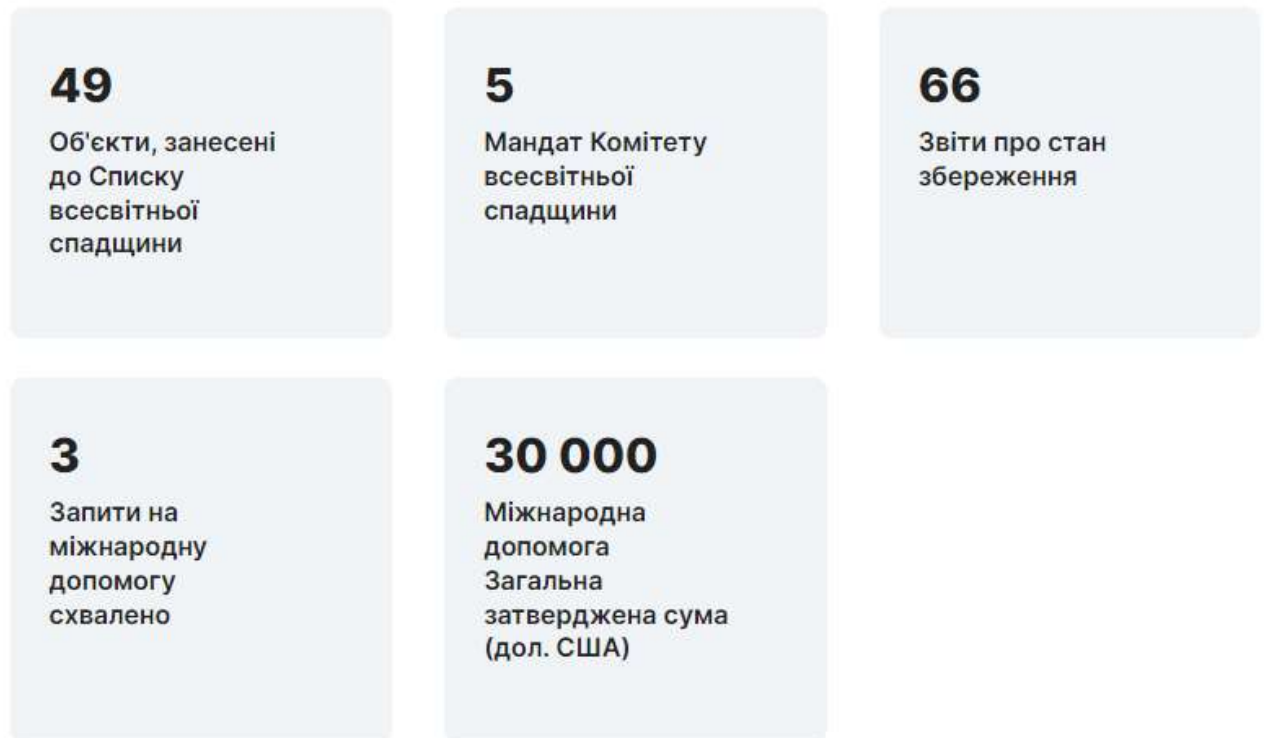


Рисунок 1.2 – Охорона культурної спадщини Франції ЮНЕСКО

Париж та береги Сени є чи не найбільшим магнітом для туристів з усього світу. Від Лувру до Ейфелевої вежі, від площі Згоди до Великого та Малого палаців, еволюцію Парижа та його історію можна побачити з річки Сени. Собор Паризької Богоматері та Сент-Шапель є шедеврами архітектури, а широкі площі та бульвари Османа вплинули на містобудування кінця минулого століття по всьому світу. Об'єднані грандіозним річковим ландшафтом, пам'ятники, архітектура та репрезентативні будівлі вздовж берегів Сени в

Парижі досконало ілюструють більшість стилів, декоративного мистецтва та методів будівництва, які використовувалися протягом майже восьми століть.

Ансамбль майна має найвищий рівень правової охорони, для цього розроблені і діють Кодекс про спадщину, Містобудівний кодекс, Екологічний кодекс. Власність знаходиться на зареєстрованому місці, а також включає шість перерахованих місць, зокрема Будинок інвалідів, а також Марсове поле та сад Трокадеро. Держава володіє, безпосередньо або через свої державні установи, набережними Сени (річкова громадська власність), більшістю пам'яток і пов'язаних з ними просторів. Місто Париж володіє громадськими зонами, парафіяльними церквами та численними іншими земельними ділянками та будівлями. Завдяки правовому та нормативному захисту, управління власником або орендарями культурно-історичних пам'яток науково та технічно контролюється державою.

Особливість нормативного регулювання туристично-рекреаційної діяльності полягає у тому, що у Франції держава визначає та впроваджує туристичну політику. Вона регулює туристичну діяльність та діяльність різних туристичних організацій, класифікує туристичну інфраструктуру, просуває французький туризм на зовнішніх ринках і представляє його у відповідних міжнародних організаціях. Державні установи мають завдання координувати державні та приватні ініціативи в туристичному секторі та допомагати місцевим органам влади у розвитку туризму.

Для просування Франції на міжнародних туристичних ринках у 2005 році було створено агентство з просування закордонного туризму ODIT France (Observation Développement Ingénierie Touristique). В наслідок реорганізації у 2009 році в результаті злиття Maison de la France та ODIT France було створено агентство з розвитку туризму Atout France[15].

Задля поглиблення європейської інтеграції створені окремі органи державного управління. Міністерство закордонних справ Франції здійснює моніторинг діяльності туристичного сектору та розробляє нормативно-правову базу для забезпечення доступу до дозвілля та відпочинку. Міністерство також

відповідає за просування Франції як туристичного напрямку за кордоном, всі процедури, пов'язані з туризмом, а саме візи, прийом, міжнародне сполучення, безпека тощо, заснування та діяльність французьких компаній за кордоном та міжнародне партнерство [16].

Туристичне законодавство досить складне і складається з багатьох нормативних актів. В 2006 році була проведена кодифікація основних законодавчих актів, які регулюють туристичний сектор Франції. Більшість нормативних актів були об'єднані в «Кодекс туризму», який структурно складається з двох основних частин: законодавча частина (4 книги, 253 статей) та регулятивна частина (4 книги, всього 527 статей) [17].

Важливою особливістю саме французької моделі є те, що з 2014 року за організацію відпочинку та політику у галузі туризму відповідають два міністерства: Міністерство Європи й закордонних справ, яке просуває Францію як туристичний напрямок в інших країнах, так і Міністерство економіки, фінансів і відновлення, яке відповідає за мікроекономічну складову туристичного сектору [18].

У Франції через специфіку туристичної галузі, окрім «Кодексу туризму», певні аспекти туристично-рекреаційної діяльності регулюються й іншими законодавчими актами, а саме «Кодексом споживання» щодо захисту прав туристів, «Містобудівним кодексом» щодо регулювання об'єктів розміщення туристів, «Комерційним кодексом» щодо сувенірної та супутньої комерційної діяльності [17].

Франція є соціально-орієнтованою державою, тому надається допомога в організації відпочинку для соціально-вразливих громадян. Видаються дорожні чеки як допомога вразливим групам населення, таким як молодь, інваліди, люди похилого віку та багатодітні сім'ї. Чеки в основному використовуються для подорожей по Франції, а також до країн ЄС та французьких заморських департаментів.

Отже, для організації відпочинку у Франції всі державні органи законодавчо співпрацюють один з одним, відбувається співпраця зі

спеціалізованими організаціями, органами місцевого управління та приватними підприємствами.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ В ПАРКАХ РОЗВАГ ФРАНЦІЇ

2.1 Характеристика діяльності ТОВ «Lets go travel» за 2020-2022 роки

Товариства з обмеженою відповідальністю «Lets go travel» засновано 28 грудня 2018 року, офіс розташовується у місті Хмельницький.

Відповідно до класифікатора видів економічної діяльності, основним видом діяльності є:

78.10 Діяльність агентств працевлаштування;

78.30 Інша діяльність із забезпечення трудовими ресурсами;

79.11 Діяльність туристичних агентств;

79.12 Діяльність туристичних операторів.

Туристичний оператор провадить діяльність на основі ліцензії, розширюючи асортименту пропонованих послуг та збільшуючи кількість додаткових послуг для клієнтів, в тому числі з працевлаштування на туристичних підприємствах в Україні та інших країнах [19]. Організаційна структура управління лінійна (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Організаційна структура управління ТОВ «Lets go travel»

ТОВ «Lets go travel» засноване двома фізичними особами і діє на основі Статуту. Загальні збори учасників товариства мають право приймати рішення з усіх питань діяльності підприємства, які визначені у Статуті. Директор вирішує поточні питання діяльності, а на загальних зборах вирішуються питання стратегічного значення. Напрями поточної діяльності:

- організація автобусних турів;
- організація нерегулярних перевезень з перетином кордону;
- індивідуальні та авторські подорожі для малих груп;
- організація корпоративного відпочинку;
- організація дитячого та молодіжного туризму;
- організація шопінг турів;
- забезпечення туристів страхуванням;
- працевлаштування в Україні та інших країнах.

Незважаючи на непрості умови роботи діяльність компанії є прибутковою. Порівняно з 2020 роком чистий прибуток у 2022 році збільшився на 108,5 тис. грн і становить 315,4 тис. грн.

Діловий підхід компанії базується на командному підході до виконання поставленого завдання, поєднанні професіоналізму та творчої ініціативи з боку кожного працівника, а також притаманній йому порядності та відповідальності перед усіма учасниками бізнесу та клієнтами. Основним каналом, через який здійснюється продаж турів, є офіси туристичних агентств, де відбувається основна діяльність. Транспортні засоби, які використовуються в основній діяльності призначені для тривалого перебування пасажирів та утримуються в належному технічному стані.

ТОВ «Lets go travel» рекламує свою діяльність за допомогою друкованих матеріалів (різноманітні буклети, флаєри, брошури тощо). Також компанія розміщує рекламу в соціальних мережах і пропонує знижки постійним клієнтам та кільком клієнтам, які першими купують певні туристичні продукти. Тури створюються за допомогою редактора Excel, але через пандемію компанія не мала коштів для використання Amadeus. Компанія цінує думку кожного клієнта

і настільки впевнена в якості свого сервісу, що відгуки клієнтів не проходять модерацію і розміщуються на сайті в оригінальному вигляді. При запуску нового туру компанія запрошує турагентів за півціни, щоб вони могли на власні очі переконатися в якості туру.

Напрямки роботи туроператора це європейські країни (рисунок 2.2).

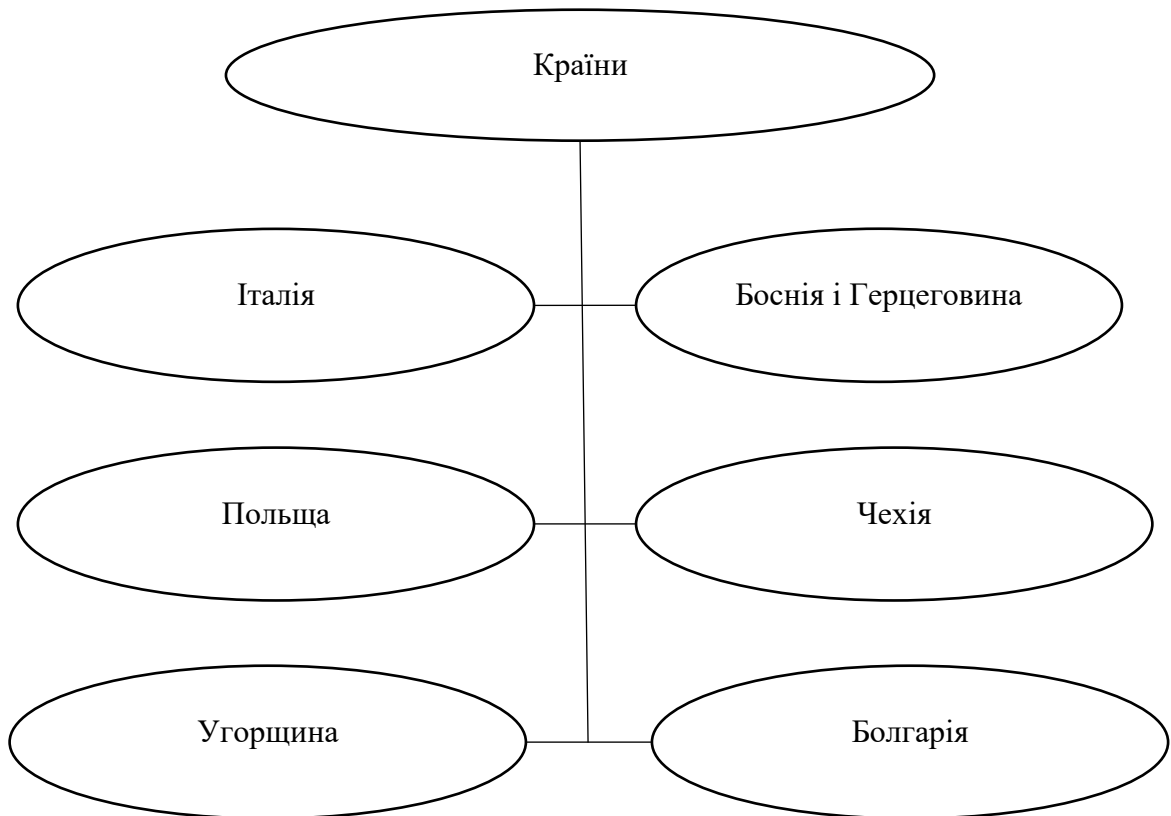


Рисунок 2.2 – Напрямки організації відпочинку

Компанія відносно нещодавно створена і має наміри розширювати географію своєї діяльності.

Автобуси використовуються не тільки для регулярних перевезень, але й на спеціально організованих туристичних маршрутах. У туристичній індустрії автобуси називають нерегулярними перевезеннями, умови яких визначаються в кожному конкретному випадку за домовленістю між замовником і транспортною компанією. Автобуси використовуються для організації поїздок

до цікавих місць у найзручніший для туристів час, оскільки вони мобільні і відносно незалежні від транспортного сполучення та розкладу руху поїздів. Перевагою автобусних турів є те, що вони відносно недорогі. Автобусні тури приблизно в півтора рази дешевші, ніж пакетні тури з авіаперельотом.

2.2 Аналіз ринкових умов організації відпочинку в парках Франції

Туризм є головним сектором у Франції й у 2019 році цей сектор склав 7,5% ВВП. У туризмі безпосередньо зайнято 1,5 мільйона людей, приблизно 5,4% національної робочої сили. Наслідки COVID-19 спричинили падіння ВВП туризму на 34% до 114,5 млрд євро, або 5,3% економіки у 2020 році. З усіх європейських країн це чи не найбільший відсоток ВВП від туризму в структурі доходів країни [20].

Франція постійно працює над підтримкою туристичної привабливості країни. Туристична комунікаційна кампанія у Франції має безпрецедентний масштаб і мобілізує 8,0 млн євро в рік. Комунікаційна компанія включатиме витрати на трансляцію трьох роликів на більшості телеканалів і на цифрових каналах (соцмережі, YouTube тощо), цифрових білбордах у місцях з інтенсивним трафіком. У 2022-2023 роках здійснюється постійний розвиток і підтримка, щоб задовольнити постійні потреби в туристичних потоках.

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

Туристичний ринок Франції у 2020 році в основному був орієнтований на внутрішній туризм, який становить 152 млн туристів. У 2021 році кількість внутрішніх туристів відновилося до 187,3 мільйона, залишившись лише на 9,8%

нижче показників 2019 року[21]. Доходи та витрати від туризму у Франції за 2020-2022 роки показані у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Доходи та витрати від туризму Франції, млн євро

Показник	Рік			Абсолютне відхилення, 2022–2020, +/-
	2020	2021	2022	
В'їзний туризм, разом, у тому числі:	123110	126608	62888	-60222
Загальні міжнародні надходження	61555	63304	31444	-30111
Квитанції про відрядження за кордон	55490	56730	28510	-26980
Міжнародні пасажирські квитанції	6065	6574	2934	-3131
Виїзний туризм, разом, у тому числі:	100328	106810	54734	-45594
Загальні міжнародні витрати	50164	53405	27367	-22797
Витрати на міжнародні поїздки	41978	45148	24319	-17659
Витрати на міжнародні пасажирські перевезення	8186	8257	3048	-5138

У 2022 році надходження від в'їзного туризму порівняно з 2020 роком зменшились на 60222 млн євро, тому уряд Франції докладаеть додаткових зусиль до залучення туристів в країну. На муніципальному рівні також змінюють розмір плати за паркування туристичних автобусів та час паркування, щоб дестинації були доступніші для групового відвідування туристів. Усі територіальні рівні державного управління відповідають за туризм. Обласна рада за підтримки обласного комітету з питань туризму координує громадські та приватні ініціативи з розвитку, інформування та просування туризму, в тому числі ініціативи на зовнішніх ринках. Він також забезпечує збір місцевих даних, а також обробку та розповсюдження даних, що стосуються туристичної діяльності на його території. Департаментська рада може створити

департаментський комітет з туризму, діяльність якого спрямована на структурування пропозиції та підтримку учасників туристичного ринку.

Наприкінці 2021 року було запущено план «Destination France» з відродження та трансформації туристичного сектору. План закладає основи туристичної політики у Франції на наступні десять років. Він виділяє майже два млрд євро, а основні напрямки діяльності спрямовані на:

1) посилення стійкості сектора та заохочення якісного оновлення продукції. Підтримка буде спрямована на великі заходи, ярмарки, виставки та конгреси міжнародного масштабу, які особливо постраждали від коронавірусної кризи;

2) сприяння та розвиток французького туризму шляхом створення фонду «Destination France». 51 млн євро призначено для підтримки розвитку туристичних активів Франції, а ще 55 млн євро виділено для просування та зміцнення туристичної інфраструктурної підтримки для регіонів;

3) відповідь на виклики трансформації сектору шляхом сприяння сталому туризму, зменшенню екологічного сліду, інвестиціям у стійку туристичну інфраструктуру, цифровій трансформації та підтримці розвитку та розширення стартапів у туристичному секторі;

4) просування Франції як напрямку і консолідувати її частку на ринку шляхом зміцнення комунікацій, спрямованих на туристів та інвесторів[22].

До 2022 року Міжміністерська рада з питань туризму регулярно збиралася під головуванням Прем'єр-міністра, об'єднуючи міністрів, обраних представників і професіоналів галузі, щоб представити дорожню карту Франції для туризму в контексті ключових питань для обговорення. Щоб краще координувати державне та приватне управління туризмом, у 2020 році Міжміністерська рада з питань туризму створила Комітет з туристичного сектору, щоб дати можливість зацікавленим сторонам консультуватися один з одним і дозволити професіоналам (майже 300 експертів залучено) спільно розробляти туристичну політику суб'єктів туристичної діяльності та державних органів. Цей комітет був корисним у тому, щоб висловити занепокоєння

професіоналів і покращити заходи підтримки для сектора під час коронавірусної кризи.

Загальний державний туристичний бюджет Франції, включаючи витрати відповідальних за туризм міністерств, оцінюється в 7,5 млрд євро. Сукупний бюджет регіонального комітету з туризму перевищує 120 млн євро, а відомчий комітет з туризму отримує 230 млн євро фінансування.

Таким чином, організація відпочинку у Франції буде у наступному туристичному сезоні по витратам перебування доступніше, ніж в доковідний час.

2.3 Аналіз можливих для організації відпочинку парків атракціонів Франції

Більшість людей думаючи про відпочинок у Франції, вони уявляють прекрасну архітектуру, елегантність місцевих мешканців, романтику Ейфелевої вежі та круасани. Але Франція це і тематичні парки та ярмарки з атракціонами.

Франція є домом для кількох справді чудових парків і, мабуть, найбільш відома як дім Діснейленду в Парижі, єдиного в Європі тематичного парку Діснея. Країна займає досить високе місце в рейтингу з 3,5% усіх американських гірок у світі[23]. На території Франції зосереджено 55 великих тематичних парків, які можна географічно сегментувати по регіонам розташування (рисунок 2.3).

О-де-Франс, є найпівнічнішим регіоном Франції та містить кілька досить відомих парків, таких як Парк Астерікса та Багатель. Маючи трохи більше 18% гірок у Франції, ця область має найбільше американських гірок серед усіх регіонів Франції, а саме 35.

Овернь-Рона-Альпи, незважаючи на те, що ця територія має достатню кількість атракціонів, вона має меншу кількість парків розваг з великою кількістю самостійних гірок, тільки 28. Основним винятком для Овернь-Рона-

Альп є Walibi Rhône-Alpes, який є частиною мережі Walibi, а також Le Pal, хоча це переважно зоопарк, а не парк атракціонів.

Прованс-Альпи-Лазурний берег, тут немає великої кількості великих тематичних парків, але розміщені атракціони з розважальних ярмарків, ярмаркових майданчиків і менших туристичних визначних пам'яток із великою кількістю сімейних активностей. Деякі з них є сезонними та діють лише короткочасно протягом літніх місяців, але в регіоні є 27 американських гірок.



Рисунок 2.3 – Географія тематичних парків розваг Франції

Решта Франції має 103 американські гірки, їх тільки у Grand Est 23 та може запропонувати набагато більше, коли справа доходить до атракціонів і тематичних парків. Найбільш популярним є паризький Діснейленд, слідом за ним Space Mountain та Big Thunder Mountain. Є колоритні і незабутні й інші парки, такі як Walygator та Nigloland. Регіон Великий Схід у Франції є ще однією помітною територією з 11,9% туристів, а також Іль-де-Франс і Нувель-Аквітанія, обидва мають відвідуваність по 9,8%.

У столичному регіоні Франції розташовані одні з найбільш відвідуваних парків розваг[24; 25] (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 – Ключові параметри парків розваг у столичному регіоні Франції

Назва парку та рік заснування	Місце розташування	Кількість відвідувачів за рік, осіб
Foire Du Trône 957 р.	Pelouse de Reuilly 75012 Paris	3 000 000
La Fête Des Loges 1138 р.	La Fête des Loges, Carrefour des 6 chiens, Rte des Loges, 78100 Saint-Germain-en-Laye	3 000 000
Le Jardin D'Acclimatation 1870 р.	Route de la Porte Dauphine à la Porte des Sablons, 75116 Paris	1 200 000
France Miniature 1991 р.	Boulevard André Malraux, 78990 Élancourt	195 000
Disneyland Paris 1992 р.	Bd de Parc, 77700 Coupvray	14 990 000

Foire du trône розташований на краю Венсенського лісу в 12-му окрузі Парижа, є парком розваг, який бере свій початок у 957 році, коли він спочатку називався «Foire aux pains d'épices» (ярмарок пряного хліба або ярмарок імбирних пряників), після того, який король дозволив ченцям з абатства Сен-

Антуан продавати під час Страсного тижня хліб. Цей 1000-річний ярмарок має понад 300 атракціонів, які розкинулися на 10 гектарах території.

Іншим відомим парком розваг є La Fête des Loges, який розташований посеред лісу Сен-Жермен-ан-Ле, за 20 км від центру Парижа. Цей знаменитий ярмарок розпочався як мисливський будиночок у 1138 році, але починаючи з 1652 року територія повільно перетворилася на місце просто неба, де збиралися парижани, щоб поспілкуватися та втекти від похмурого міського життя Парижа. Сьогодні є приблизно 200 визначних пам'яток, які можна знайти в парку; однак у нього є одна особливість, якої немає на жодному іншому ярмарку, і він називається «Allée des Cuisines» (Кухонна алея): ціла 300-метрова гастрономічна зона з приблизно 15 ресторанами та бістро в паризькому стилі, де подають традиційні французькі страви.

Вперше відкритий у 1860 році Наполеоном III як Société Impériale Zoologique d'Acclimatation (Імперське зоологічне товариство акліматизації), парк зазнав кількох трансформацій, адаптуючись до часу. Екзотичні люди з інших культур більше не є частиною привабливості, якщо не рахувати людей, які спостерігають. Сьогодні це популярний парк розваг для молодих парижан та туристів, який містить понад 42 атракціони та ярмаркові заходи, включаючи міні-американські гірки, гойдалки, міні-карти, катання на поні, парк для водних розваг і понад 450 тварин і птахів. Парк у 2022 році отримав реконструкцію вартістю 60 мільйонів євро з 17 новими атракціонами, які замінили деякі старі атракціони.

France Miniature – це найбільший парк мініатюр у Європі та головна туристична пам'ятка, розташована лише за 30 км від центру Парижа. Цей парк площею п'ять гектарів розташований посеред пишної зелені та викладений у формі карти Франції.

Отже, найбільш популярним парком розваг Франції з 1992 року залишається Паризький Діснейленд, який у 2022 році відвідало майже 15 млн відвідувачів.

РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ЗАХОДІВ З УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ В ПАРКАХ РОЗВАГ ФРАНЦІЇ

3.1 Розробка розважального туру на основі тематичного парку розваг Діснейленд

Україна не входить в десятку країн, громадяни яких найбільше відвідують Францію. В умовах воєнного стану сім'ї з дітьми, які залишились в Україні намагаються організувати для своїх дітей незабутній та яскравий за враженнями відпочинок. Парк розваг і є тим туристичним ресурсом, який дасть таку гаму вражень та спогадів. Виїзд з Хмельницького та оптимальне формування туру будуть конкурентними перевагами на ринку Хмельницької та прилеглих областей. Тур має бути доступним по вартості для цільового споживача. Для оптимального формування туру необхідно прорахувати варіанти по варіативності маршруту (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Варіанти вартості та компонування туру по дням

№ з/п	Точки маршруту	Тривалість, днів	Вартість, євро
1	Хмельницький – Будапешт – Мюнхен – парк розваг Леголенд – Париж – Версаль – парк розваг Діснейленд – Страсбург – парк розваг Європа Парк – Будапешт – Хмельницький	7	261
2	Хмельницький – Перемишль – Краків – Катовіце – Дрезден – Ерфурт – Саарбрюккен – Париж – парк розваг Діснейленд – Нюрнберг – Прага – Катовіце – Краків – Перемишль – Хмельницький	7	226

Кінець таблиці 3.1

№ з/п	Точки маршруту	Тривалість, днів	Вартість, євро
3	Хмельницький– Люблін-Варшава – Берлін – Саарбрюккен – Париж –парк розваг Діснейленд –Нюрнберг – Прага – Катовіце – Краків – Перемишль –Хмельницький	7	218
4	Хмельницький – Краків – Дрезден –Париж – парк розваг Діснейленд – Прага – Хмельницький	6	190
5	Хмельницький– Вроцлав – Берлін – Амстердам – Волендам – Зандам – Делфт – Утрехт – Схевіненген – Ротердам – Париж – парк розваг Діснейленд –Версаль – Дефанс – Прага – Краків –Хмельницький	9	347

Варіант туру №5 є найбільш тривалим по часу та дороговартісним. Варіант туру №1 передбачає організацію відпочинку у трьох парках розваг, але для звичайної сім'ї оплатити всі додаткові витрати для повноцінного перебування в парках буде занадто витратно, тому цей варіант підійде для індивідуального групового замовлення. З варіантів турів, в яких передбачений тільки Діснейленд, найдоступнішим по тривалості та вартості є тур №4, його і буде взято за основу.

Маршрут туру: Хмельницький – Краків – Дрезден – Париж – парк розваг Діснейленд – Прага – Хмельницький. Вартість туру при попередньому розрахунку становить 180 євро. У цю вартість включено:

- проїзд комфортабельним автобусом по маршруту;
- проживання в готелях 3*зі сніданками;
- супровід керівника групи;

Додатково туристом оплачується:

- медичне страхування;
- додаткові витрати в парку розваг;
- факультативні програми.

Програма туру показана у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Програма оптимального туру на основі парку розваг Діснейленд

День	Запланована активність
1 день	Хмельницький – Краків Зустріч на площі біля автовокзалу-2. Виїзд в тур.Перетин кордону.Переїзд до Кракова. Оглядова екскурсія Краковом (входить у вартість туру). Дві факультативні екскурсії на вибір (не входить у вартість туру). Поселення в готелі. Ночівля
2 день	Дрезден – Майсен – Саксонська Швейцарія Сніданок.Приїзд в Дрезден. Вільний час. Дві факультативні екскурсії на вибір (не входить у вартість туру). Переїзд в Париж
3 день	Париж Приїзд в місто. Оглядова екскурсія (входить у вартість туру). Вільний час. Дві факультативні екскурсії на вибір (не входить у вартість туру).Поселення в готель за містом
4 день	Діснейленд Сніданок, виселення з готелю. Переїзд до парку розваг. День у Діснейленді. 23:00 посадка в автобус, переїзд в Чехію
5 день	Прага Приїзд в Прагу. Оглядова екскурсія(входить у вартість туру). Поселення в готель після 14:00. Вільний час. Вечірні факультативні екскурсії на вибір (не входить у вартість туру). Поселення в готель в передмісті. Ночівля в готелі
6 день	Хмельницький Сніданок. Виселення з готелю.

Повернення в Україну

У Парижі рекомендуємо туристам скористатись для організації вільного дня у місті послугами екскурсійного бюро «GoWithGuide». Туристам пропонується на вибір за додаткову оплату більше 100 екскурсійних одноденних турів по місту [26]. Є можливість приєднатись до екскурсійного групового туру, мовного бар'єру не буде через аудіо синхронний переклад українською мовою з обладнання, наданого екскурсоводом. В цьому перекладі застосовується технологія штучного інтелекту, в Україні ще не використовується в екскурсійній роботі. Також можна створити екскурсійний турпакет, який відповідає власним бажанням, наприклад відвідати кулінарні пам'ятки, чи оглянути на деякі з менш відвідуваних районів міста, чи відпочинок по магазинах.

3.2 Розробка модифікації туру на основі відпочинку у парку розваг Діснейленд

Діснейленд великий парк розваг і найчастіше справжнім прихильникам такого відпочинку одного дня недостатньо. Паризький Діснейленд містить вісім курортних готелів, сімтематичних готелів, поле для гольфу, станцію високошвидкісної залізниці, великий аутлет-центр та великий торговий центр, два тематичні парки:

- парк Діснейленд був відкритий 1992 року та є збільшеним масштабом оригінального Діснейленду в Каліфорнії та Чарівного королівства у Флориді.
- парк Walt Disney Studios Park був відкритий 2002 року на честь шоу-бізнесу, фільмів і закулісся.

Для організованих груп та корпоративних клієнтів доцільно розробити варіанти модифікації туру, щоб пришвидшити замовлення та мати готові рішення (таблиця 3.3). Споживачі обирають туристичний продукт з найкращою

цінністю для себе відповідно до очікувань від майбутнього відпочинку [27]. Споживачі формують певні уявлення про очікувану цінність і діють відповідно до них, потім це впливає на їхню задоволеність та поведінку в турі.

Таблиця 3.3 – Варіанти модифікації туру на основі відпочинку в Діснейленд

Очікування туриста	Рішення по модифікації
Збільшення часу відпочинку в Діснейленд на 2 дні замість 1 дня	<ul style="list-style-type: none"> - збільшити програму перебування на один день; - відмовитись від проведення дня в Парижі на користь перебування в парку розваг, тривалість днів туру не змінюється
Збільшення часу відпочинку в Діснейленд на 3 дні замість 1 дня	<ul style="list-style-type: none"> - збільшити програму перебування на два дні; - відмовитись від проведення дня в Дрездені та Парижі на користь перебування в парку розваг, тривалість днів туру не змінюється

Розроблений тур як основну мету має саме відпочинок в парку розваг, тому й не передбачає введення додаткових міст для культурно-пізнавальної програми. У самому розважальному комплексі Діснейленд Париж є шість готелів. Готель Діснейленд розташований поблизу входу в парк Діснейленд і позиціонується як найпрестижніший готель на території. Водну площу, відому як Озеро Дісней, оточують Disney Hotel New York – The Art of Marvel , Disney Newport Bay Club та Disney Sequoia Lodge. Готель Disney Hotel Cheyenne та Disney Hotel Santa Fe розташовані біля озера Дісней; Ранчо Disney Davy Crockett Ranch розташоване в лісистій місцевості за периметром курорту. Також паризький Діснейленд включає в себе шість готелів-партнерів, якими безпосередньо не керує компанія Walt Disney Company, але вони надають

безкоштовні автобуси до парків: B&B Hotel, Algonquin's Explorers Hotel та Campanile Val de France. Є також два асоційованих готелі, розташованих у Val d'Europe: Adagio Marne-la-Vallée Val d'Europe і Hôtel l'Élysée Val d'Europe. Disney Hotel New York – The Art of Marvel відкрився 21 червня 2021 року [28]. При збільшенні тривалості перебування в Діснейленді розміщення туристів можна планувати в готелях, орієнтованих на цей парк розваг (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4 – Варіанти розміщення туристів при збільшенні тривалості перебування в парку розваг Діснейленд

Назва	Концепція дизайну	Кількість номерів	Категорія
Disneyland Hotel	Діснеївська принцеса в американському вікторіанському стилі, подібний до відкритого у Флориді початку 20-го століття	496	5*
Disney Hotel New York — The Art of Marvel	Кінематографічний всесвіт Marvel в стилі арт-деко	565	4*+
Disney Newport Bay Club	Нова Англія	1098	4*
Disney Sequoia Lodge	Американський національний парк Лодж, сільський національний парк	1011	3*
Disney Hotel Cheyenne	Історія іграшок	1000	3*
Disney Hotel Santa Fe	Автомобілі Американський південний захід	1000	2*
Disney Davy Crockett Ranch	Дика природа та пригоди	595	2*

Disney Davy Crockett Ranch – це готель у форматі ранчо, яке розташоване посеред великого лісу. Гості мають можливість проживати у затишних

дерев'яних будиночках з доступом до басейнів та інших спортивних споруд, є ресторан і бар.

Вартість розміщення туристів у діапазоні цін від 30 євро до 670 євро за ніч зі сніданком, тобто можна підібрати варіант на різні очікування по витратах туристів. Розроблені пропозиції узагальнено у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Рекомендовані пропозиції щодо удосконалення організації відпочинку в парках розваг Франції ТОВ «Lets go travel»

№ з/п	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	Розширення напрямків, по яким працює туроператор	Розробка розважального туру в Париж з відвідуванням найбільш популярного парку розваг Діснейленд	Збільшення дохідності та охоплення сегменту сімей з дітьми у Франції з виїздом з Хмельницького
2	Модифікація туру на основі відпочинку в парку розваг	Розробка варіантів модифікації туру на основі розважальних очікувань замовників	Пришвидшення роботи з організованими групами та корпоративними замовниками

ВИСНОВКИ

Рекреація та туризм є потужним соціальним феноменом, пов'язаним з «революцією послуг» по організації відпочинку. Одним з напрямів предметного уявлення про рекреаційно-туристичну діяльність є її комплексний розгляд, як складної соціально-економічної системи, яка інтегрує масову організовану рекреацію, в тому числі пізнавальну і розважальну.

У 1923 році брати Волтер та Рой Дісней заснували невелику анімаційну студію «Disney Brothers Cartoon Studio». У 1928 році був створений Міккі Маус, який дуже швидко популярним, одним із символів компанії Волта Діснея, а згодом і американської поп-культури в цілому.

Особливістю нормативного регулювання туристично-рекреаційної діяльності у Франції є те, що держава визначає та впроваджує туристичну політику на всіх рівнях. В охорону культурної спадщини вкладаються значні кошти та здійснювані дії заносяться у міжнародно затверджені звіти, адже Франція має 49 об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

ТОВ «Lets go travel» засноване двома фізичними особами і діє на основі Статуту. Загальні збори учасників товариства мають право приймати рішення з усіх питань діяльності підприємства, які визначені у Статуті. Директор вирішує поточні питання діяльності, а на загальних зборах вирішуються питання стратегічного значення. Незважаючи на непрості умови роботи діяльність компанії є прибутковою. Порівняно з 2020 роком чистий прибуток у 2022 році збільшився на 108,5 тис. грн і становить 315,4 тис. грн. Напрямки роботи туроператора це європейські країни. Компанія відносно нещодавно створена, але має наміри розширювати географію своєї діяльності. Автобуси різної місткості використовуються компанією не тільки для регулярних перевезень, але й на спеціально організованих туристичних маршрутах. У туристичній індустрії автобуси називають нерегулярними перевезеннями, умови яких визначаються в кожному конкретному випадку за домовленістю між

замовником і транспортною компанією. Перевагою автобусних турів є те, що вони відносно недорогі та гнучкі до планування і можна швидко відкоригувати маршрут.

У 2022 році надходження від в'їзного туризму порівняно з 2020 роком зменшились на 60222 млн євро, тому уряд Франції докладає додаткових зусиль до залучення туристів в країну. На муніципальному рівні також змінюють розмір плати за паркування туристичних автобусів та час паркування, щоб DESTИНАЦІЇ були доступніші для групового відвідування туристів. Таким чином, організація відпочинку у Франції буде у наступному туристичному сезоні по витратам перебування доступніше, аніж в доковідний час. Франція є країною розміщення для багатьох парків розваг, але найбільш відомим є Діснейленд в Парижі, це єдиний в Європі тематичний парк Діснея. Країна займає досить високе місце в рейтингу з 3,5% усіх американських гірок у світі. Паризький Діснейленд у 2022 році відвідало майже 15 млн відвідувачів.

Україна не входить в десятку країн, громадяни яких найбільше відвідують Францію. В умовах воєнного стану сім'ї з дітьми, які залишились в Україні намагаються організувати для своїх дітей незабутній та яскравий за враженнями відпочинок. Парк розваг і є тим туристичним ресурсом, який дасть таку гаму вражень та спогадів. Виїзд з Хмельницького та оптимальне формування туру будуть конкурентними перевагами майбутнього туру. Тур має бути доступним по вартості для цільового споживача. Справжнім прихильникам такого відпочинку одного дня недостатньо. Для організованих груп та корпоративних клієнтів доцільно розробити варіанти модифікації туру, щоб пришвидшити замовлення та мати готові рішення. Розроблений тур як основну мету має саме відпочинок в парку розваг, тому й не передбачає введення додаткових міст для культурно-пізнавальної програми. При збільшенні тривалості перебування в Діснейленді розміщення туристів можна планувати в готелях, орієнтованих на цей парк розваг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp12.htm
2. Закон України «Про туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Карпенко Ю. В. Міжнародний туризм. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.tourism.puet.edu.ua/files/lic2016/mt_consp.pdf
4. Організація туризму: підручник / І. М. Писаревський, С. О. Погасій, М. М. Поколодна та ін.; за ред. І. М. Писаревського. Х.: ХНАМГ, 2008. 541 с.
5. Топчієв О.Г., Яворська В.В., Ніколаєва О.І. Рекреаційно-туристична діяльність як складова регіональних господарських комплексів: концептуально-понятійний огляд // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Географічні науки. Випуск 5. 2016. С. 128-134. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://gj.journal.kspu.edu/index.php/gj/article/download/195/189>
6. Ágnes, U. T., Ádám, H., Balázs, G., Zoltán, S. Movie Induced Tourism and Its Effects on Settlements, a Literature Study. SocioEconomic Challenges. 2018. 3(2), p. 26-36. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://armgpublishing.com/ua/uajournals/uasec/volume-2-issue-3/article-2/>
7. Beeton, S. Understanding Film-Induced Tourism. Tourism Analysis, 11, 2006. p. 181-188.
8. Beeton, S. Film-Induced Tourism (2nd ed.). Channel View Publications, Bristol. 2016. p. 13-14 p.
9. Жданова О., Свириденко Д. Кінотуризм як перспективний напрям розвитку туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/11010/1/%d0%a4%d1%82%d0%a0_%d0%a0%d0%be%d0%b7%d0%b4%d1%96%d0%bb_6_02.pdf

9. Коротенко О. Як Disney став гігантом індустрії розваг та медіа. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://bazilik.media/iak-disney-stav-hihantom-industrii-rozvah-ta-media/>

10. At 75, Mickey Mouse Still Makes Billions. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://www.forbes.com/2003/11/18/cx_al_1118mickey.html

11. Documentary Explores The Life And Legacy Of Mickey Mouse. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.forbes.com/sites/adawson/2022/11/17/documentary-explores-the-life-and-legacy-of-mickey-mouse-and-his-creator/>

12. Neuman R. From Hollywood to Disneyland: Walt Disney's Dream Park and the Influence of American Movies. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://books.google.com.ua/books?id=a_mZEAAAQBAJ&pg=PA224&lpg=PA224&dq=Disneyland&source=bl&ots=Qt7N5AnmA1&sig=ACfU3U0NTPiBsuXV2HhmMSjednMtKZl7Mw&hl=uk&sa=X&ved=2ahUKEwjC6O3079L_AhUYrKQKHe4fBCIQ6AF6BAgsEAM#v=onepage&q=Disneyland&f=false

13. Суспільно-географічне положення Франції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.geograf.com.ua/france/575-france-sgp>

14. France - UNESCO World Heritage Convention. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://whc.unesco.org/en/statesparties/fr>

15. Maison de la France et ODIT France deviennent Atout France. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.tourmag.com/dmcmag/>

16. Place du tourisme dans l'économie. OECD ilibrary. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/196a01f5fr/index.html?itemId=/content/component/196a01f5-fr>

17. World practice. How is the tourism business in France. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.atorus.eu/NEWS/PRESS-CENTRE/new/40145>

18. Maison de la France et ODIT France deviennent Atout France. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.tourmag.com/dmcmag/>

19. Lets go travel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/letsgo.net.ua>
20. OECD Tourism Trends and Policies. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/7d1e9db8-en/index.html?itemId=/content/component/7d1e9db8-en>
21. OECD Tourism Statistics (Database). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://stat.link/2np4d6>
22. Destination France 2023. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.destinationfrance.ca/>
23. Countries by Coasters – France. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://missionthemepark.home.blog/2020/06/05/countries-by-coasters-france/>
24. Top 29 French Theme Parks. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.annieandre.com/best-french-theme-parks-amusement-park-fairs-france/>
25. Disneyland Attendance Info - Yearly attendance figures in millions – The Disneyland Linkage. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.scottware.com.au/theme/feature/atend_disparks.htm
26. GoWithGuid – Private Tours & Local Tour Guides. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gowithguide.com/blog/our-top-5-must-see-parisian-attractions-4819>
27. Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Демура Т. О., Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту. Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
28. Expo 2019: Disney Parks Reveals Details about «Avengers Campus» at Disneyland Paris - News – Marvel. Marvel Entertainment. Retrieved 16 November 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.marvel.com/articles/culture-lifestyle/d23-expo-2019-disney-parks-reveals-details-about-avengers-campus-at-disneyland-paris>