

УДК 911.3

DOI: 10.26565/2076-1333-2020-29-08

**Ганна Кучерява***к. геогр. н., доцент кафедри психології, педагогіки і туризму**e-mail: [annakucheryava12@gmail.com](mailto:annakucheryava12@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1742-0605>**Київський національний лінгвістичний університет, вул. Велика Васильківська, 73, м. Київ, 03680, Україна***Тетяна Поліщук***магістрант кафедри психології, педагогіки і туризму**e-mail: [tanyapolishchuk5@gmail.com](mailto:tanyapolishchuk5@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7548-2580>**Київський національний лінгвістичний університет, вул. Велика Васильківська, 73, м. Київ, 03680, Україна***ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ ФРАНЦІЇ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ  
ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ**

Стаття присвячена дослідженню індустрії гостинності Франції як однієї із важливих складових економіки країни. Франція тривалий час залишається лідером у світовому туризмі та однією з найвідвідуваніших країн світу. Це свідчить про її туристичну привабливість та високу конкурентоспроможність на світовому ринку туристичних послуг. Аналізуючи відвідування готелів Франції в період світової пандемії, встановлено, що кількість міжнародних туристів у країні скоротилася, особливо в Парижі та в регіоні Іль-де-Франс. Найменше скорочення туристів зафіксовано у прибережних регіонах, передусім завдяки внутрішнім туристам. Виявлено, що туристична активність у Франції була практично відсутня з середини березня по травень 2020 р. у зв'язку з рядом вимушених обмежувальних заходів, які було введено в країні для запобігання розповсюдженню коронавірусної інфекції. Встановлено, що в цілому у Франції показники розвитку туризму були кращими, ніж в сусідніх європейських країнах, чому сприяла державна підтримка внутрішнього туризму.

В статті проведено аналіз кількості ночівель у готелях Франції, виявлені регіональні відмінності у відвідуванні готельних підприємств внутрішніми та іноземними туристами. Встановлено, що найбільша кількість туристів у Франції була з таких європейських країн як Бельгія, Німеччина, Нідерланди, Швейцарія та Велика Британія, однак їхня кількість скоротилася у зв'язку із введенням обмежень, пов'язаних з протиепідеміологічними заходами. Суттєвих втрат індустрія гостинності Франції зазнала внаслідок відсутності туристів з країн Північної Америки, Близького Сходу та Азії.

Зроблено висновок, що перспективи розвитку індустрії гостинності Франції, передусім сектору готельного господарства, пов'язані із впровадженням новітніх технологій в роботі готельних підприємств, спрямованих на підвищення якості обслуговування відвідувачів. В сучасних умовах особливої уваги заслуговують заходи, спрямовані на забезпечення безпеки туристів.

**Ключові слова:** туризм, індустрія гостинності, готельна індустрія, туристичні прибуття, туристична активність.

***Anna Kucheryava, Tatiana Polishchuk. INDUSTRY OF HOSPITALITY IN FRANCE IN THE CONTEXT OF MODERN FEATURES OF WORLD TOURISM DEVELOPMENT***

Статья посвящена исследованию индустрии гостеприимства Франции как одной из важных составляющих экономики страны. Франция длительный период остается лидером в мировом туризме и одной из самых посещаемых стран мира. Это свидетельствует о ее туристической привлекательности и высокой конкурентоспособности на мировом рынке туристических услуг. Исходя из анализа посещений отелей Франции в период мировой пандемии, установлено, что количество международных туристов в стране сократилось, особенно в Париже и в регионе Иль-де-Франс. Наименьшее сокращение туристов зафиксировано в прибрежных регионах, прежде всего благодаря внутренним туристам. Выявлено, что во Франции туристической активности практически не было с середины марта по май 2020 г. в связи с рядом вынужденных ограничительных мер, которые были введены в стране для предотвращения распространения коронавирусной инфекции. Установлено, что в целом во Франции показатели развития туризма были лучше, чем в соседних европейских странах, чему способствовала государственная поддержка туризма.

В статье проведен анализ количества ночевки в отелях Франции, выявлены региональные различия в посещении гостиничных предприятий внутренними и иностранными туристами. Установлено, что наибольшее количество туристов во Франции было из таких европейских стран как Бельгия, Германия, Нидерланды, Швейцария и Великобритания, однако их количество сократилось в связи с введением ограничений, связанных с противоэпидемиологическими мероприятиями. Существенные потери индустрии гостеприимства Франции были вызваны отсутствием туристов из стран Северной Америки, Ближнего Востока и Азии.

Сделан вывод, что перспективы развития индустрии гостеприимства Франции, прежде всего сектора гостиничного хозяйства, связанные с внедрением новейших технологий в работе гостиничных предприятий, направленных на повышение качества обслуживания посетителей. В современных условиях особого внимания заслуживают меры, направленные на обеспечение безопасности туристов.

**Ключевые слова:** туризм, индустрия гостеприимства, гостиничная индустрия, туристические прибытия, туристическая активность.

***Hanna Kucheryava, Tatiana Polishchuk. THE HOSPITALITY INDUSTRY IN FRANCE WITHIN THE CONTEXT OF MODERN FEATURES OF WORLD TOURISM DEVELOPMENT***

The article examines the hospitality industry in France as one of the important components of the country's economy. France remains a leader in world tourism and one of the most visited countries in the world. This demonstrates its tourist attractiveness and high competitiveness in the world market of tourist services. Analysing overnight stays in France during the global pandemic, it was

found that the number of international tourists in the country has decreased, especially in Paris and the Île-de-France region. Tourist activity in France was practically absent from mid-March to May 2020 due to a number of forced restrictive measures that were introduced in the country to prevent the spread of COVID-19. However, due to state support and active promotion of domestic tourism, tourism development indicators were, overall, better than in neighbouring European countries. It was found that the majority of domestic tourists preferred outdoor activities, rural tourism, recreation on the coast.

The article analyses the number of overnight stays in hotels in France, it is found that during the summer season of 2020, on average, the overnight stays decreased by 58% compared to the same period in 2019. The number of non-resident tourists decreased by 81%, partially due to the absence of tourists from countries such as North America, the Middle East and Asia, which in the pre-crisis period, played a significant role in non-resident tourist influx in France. Furthermore, it was revealed that there are regional differences in the number of overnight stays in hotels. Overall, France's coastal regions have a smaller decrease in tourist numbers than other parts of the country.

It is considered that the prospects for the development of the hospitality industry in France, primarily the hotel sector, associated with the adoption of the modern technologies in the hotel enterprises' activities. Such technologies are aimed at improving the quality of customer service. In the current circumstances, special attention should be paid to measures that are focused on ensuring the safety of tourists.

**Keywords:** tourism, the hospitality industry, the hotel industry, tourist arrivals, tourist activities.

**Постановка проблеми.** Світова індустрія туризму та гостинності в останні десятиліття досягла величезних масштабів розвитку. Міжнародний туризм набув масового характеру, а діяльність туристичних організацій міжнародного, регіонального та національного рівнів сприяла доступу різних верств населення до туризму.

Туризм тісно пов'язаний із суміжними сферами діяльності, такими як транспорт та зв'язок, будівництво, виробництво товарів масового споживання, торгівля, сільське господарство, культура, наука, освіта та ін. Розвиток масового туризму призвів до бурхливого розвитку індустрії гостинності – закладів тимчасового розміщення туристів, об'єктів громадського харчування, транспорту, засобів розваг тощо. Для багатьох країн світу туризм є найприбутковішою галуззю економіки, що визнана однією з пріоритетних.

Світовим лідером в індустрії туризму та гостинності вже тривалий час є Франція. Країна впродовж останніх років стабільно посідає перше місце у світі за кількістю туристичних прибуттів, що свідчить про її туристичну привабливість та сформований позитивний туристичний імідж. Туризм у Франції є найпотужнішою галуззю сфери послуг, займає важливе місце в економіці країни. Загальний внесок туризму у 2020 р. у ВВП країни становив 9,5 %, галузь забезпечує понад 3 мільйони робочих місць [27].

Однак, глобальна світова криза, пов'язана з пандемією вірусу COVID-19, вже має серйозні наслідки для туристичної галузі багатьох країн, у тому числі і Франції. Закриття державних кордонів, надзвичайне становище, економічна нестабільність, панічний стан місцевого населення та туристів, викликані пандемією, болісно відобразилися на індустрії гостинності країни. Франція однією із перших у Європі на державному рівні почала розробляти та впроваджувати заходи, спрямовані на підтримку туристичного сектора. Проте проблеми функціонування індустрії гостинності наразі є надзвичайно важливими та актуальними.

**Аналіз попередніх досліджень.** Дослідженням актуальних проблем розвитку та функціонування індустрії гостинності займалися чимало вітчизняних та іноземних науковців. Це питання є інтересом наукових досліджень таких учених як: Бойко М.Г., Гопкало Л.М. [14], Круль Г.Я. [18], Левицька І.В.,

Корж Н.В., Онищук Н.В. [19], Мальська М.П., Пандяк І.Г. [21], Роглев Х.Й. [26] та інші.

Особливу увагу науковців привертає саме поняття «гостинність». Так, наприклад, Папірян Г.А. говорить про те, що термін «гостинність» означає «...систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування, надання низки послуг» [25]. Кнодель Л.В. у монографії [17] говорить про гостинність, як про «...сукупність засобів розміщення, харчування і розваг для туристів, а також традиції прийому гостей в різних культурах» [17, с. 30].

Пандяк І. у статті [24] розкриває семантику та систему понять «гостинність», «індустрія туризму», «індустрія гостинності». Індустрію гостинності Пандяк І. розглядає «...як складну й порівняно відокремлену соціально-економічну систему зі створення, просування і реалізації послуг з розміщення, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, а також реалізації товарів у закладах готельного і ресторанного профілю діяльності» [24, с. 277].

Мазур В. у роботі [20] визначає сутність індустрії гостинності як ефективного інструменту розвитку конкурентоспроможного туристичного бізнесу.

Головною складовою індустрії гостинності є готельне господарство, теоретичні аспекти становлення та розвитку якого висвітлені у працях Круль Г.Я. [18], Мальської М.П. та Пандяк І.Г. [21], Данько Н.І., Парфіненка А.Ю., Подлепіної П.О., Вишневської О.О. [22], Юдіної Х.К. [30] та ін.

Низку наукових праць присвячено аналізу розвитку індустрії туризму та гостинності в світі та в окремих країнах і регіонах. Зокрема, у роботі Онищук Н.В. [23] охарактеризовані тенденції розвитку світової індустрії гостинності, висвітлено сучасний стан індустрії гостинності в Україні. Дослідженню сучасних тенденцій розвитку світового готельного бізнесу присвячена наукова стаття Довгаля Г.В. [16]. У дисертації Щетініної К.І. [29] представлені результати дослідження європейського ринку готельних послуг, виявлені особливості діяльності європейських готельних комплексів. У колективній монографії [28] Парфіненко А.Ю. описав глобальні тренди в розвитку міжнародного туризму та готельно-ресторанного

бізнесу, Посохов І.С. охарактеризував сучасний стан і структуру Європейського ринку готельних послуг.

Аналіз індустрії гостинності в контексті світових та європейських тенденцій розвитку туризму представлений у роботах таких іноземних авторів як: Viglia G. та Dolnicar S. [13], Mulet-Forteza C., Genovart-Balaguer J., Mauleon-Mendez E., Merigó J.M. [11] та інші.

Denizet H. у роботі [4] на основі досліджень спеціалізованих фірм, звітів про ділову діяльність, опитувань Національного інституту статистики і економічних досліджень Франції (INSEE) надає загальний огляд готельної індустрії у світі.

Готельна індустрія в усьому світі сьогодні зазнала серйозних збитків від коронавірусу COVID-19. Тому дослідженню впливу світової пандемії на індустрію гостинності нині приділяється значна увага. Так, у дослідженнях M. Breiera, A. Kallmuenzer, T. Clauss, J. Gast, S. Krause, V. Tiberius під назвою «The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis» розглянуто інноваційні бізнес-моделі виходу із кризи, спричиненою COVID-19 [1].

Shin H., Kang J. у роботі «Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness» [12] проаналізували вплив інноваційних технологій на розвиток індустрії гостинності у період пандемії.

Враховуючи чималу кількість наукових публікацій окресленої тематики, варто зазначити, що питання знаходження шляхів виходу з кризи, що склалася, є дискусійними та актуальними, оскільки індустрія гостинності перебуває в умовах конкурентної боротьби і вимушена швидко реагування на зовнішні зміни умов її функціонування.

**Метою даної статті** є аналіз стану індустрії гостинності Франції як найпопулярнішого туристичного напрямку в світі у контексті сучасних особливостей розвитку світового туризму, пов'язаних з наслідками пандемії COVID-19.

**Виклад основного матеріалу.** Франція є однією з найвідвідуваніших країн світу. Впродовж 2019 р. за даними Всесвітньої туристичної організації [15] Францію, у тому числі її острівні території, відвідали понад 90 млн іноземних туристів. Це підтверджує той факт, що індустрія гостинності у Франції є важливим сектором економічної діяльності країни. Разом з тим, індустрія гостинності Франції є однією з найбільш постраждалих галузей від пандемії COVID-19. В цих умовах послідовні та узгоджені дії з боку держави мають стати ефективними в успішній боротьбі з COVID-19 та сприяти виходу Франції з економічної кризи, у тому числі з кризи в індустрії гостинності.

Міністерство Європи і закордонних справ Франції забезпечує популяризацію і підтримку туристичної галузі, пропонуючи інноваційні та адаптовані заходи з урахуванням потреб працівників цієї сфери. Саме в рамках цього підходу узгоджених дій в січні 2020 р. був створений Галузевий комітет з туризму (CFT) під керівництвом державного секретаря Жана-Батиста Лемуана. Його мета полягає у спільній

розробці ефективної політики у галузі туризму завдяки роботі за чотирма тематичними напрямками: працевлаштування / підготовка, сталий розвиток, діджиталізація, регулювання / конкурентоспроможність [8].

Туристичні компанії Франції вже скористалися пропозиціями, що надала їм держава, а саме:

- підтримка ліквідності компаній за рахунок гарантованих державою кредитів до кінця 2020 р., а також деякі заходи щодо звільнення від сплати соціальних відрахувань;

- скасування орендної плати та зборів за розміщення на території державних об'єктів для підприємств малого та середнього бізнесу, зокрема в період їх адміністративного закриття [5].

Поряд з цим уряд Франції оголосив про створення механізму гарантованих державою кредитів для сезонних видів діяльності, максимальний розмір яких може досягати показника товарообігу за три кращих місяці 2019 р., а також про відтермінування погашення банківських платежів на 12 місяців [8].

На 5-му засіданні Міжвідомчого комітету з туризму Франції, яке відбулося 14 травня 2020 року, був представлений План дій та допомоги у надзвичайних ситуаціях із загальним бюджетом на суму 18 млрд євро, який спрямований на економічну підтримку та захист бізнесу в період пандемії. Станом на вересень 2020 р. туристична галузь вже отримала близько 13 млрд євро державної підтримки [8]. Однак, не зважаючи на такі потужні заходи державної підтримки, згідно з попередніми підрахунками Atout France, потенційні втрати загального доходу від туризму за 2020 р. оцінюються в межах від 50 до 60 млрд євро, тобто фіксується зниження щорічного туристичного споживання на 30 – 35% [3].

За даними Vanque de France, сукупні надходження до бюджету від міжнародного туризму у Франції за січень – липень 2020 р. становили 16,7 млрд євро проти 33,1 млрд євро за період січень – липень 2019 р., тобто зафіксовані збитки у розмірі 16,3 млрд євро (- 49,4%). Витрати французів за кордоном за той самий період склали 14,4 млрд євро порівняно з 26,1 млрд євро з січня по липень 2019 р., тобто зменшилися на 11,7 млрд євро (- 44,7%) [7].

Загальні надходження від міжнародного туризму за січень – серпень 2020 р. склали 21,4 млрд євро у порівнянні з 40,2 млрд євро в 2019 р., тобто збитки становили 18,8 млрд євро (-46,8%). З іншого боку, спостерігається падіння витрат французів за кордоном, оскільки значна їх кількість залишилася влітку 2020 р. у Франції, в основному надаючи перевагу внутрішньому туризму та відпочинку на узбережжі Середземного моря та в сільській місцевості. Таким чином, із січня по серпень 2020 р. витрати французів за кордоном становили 17,7 млрд євро порівняно з 32,3 млрд євро у 2019, тобто зафіксовано зменшення на 14,6 млрд євро (-45,0%) [7].

Дослідження свідчать, що літній туристичний сезон у Франції, як і в більшості популярних світових туристичних напрямках мав свої особливості. В цілому, за оцінками експертів, відвідуваність Франції була кращою, ніж очікувалося. При цьому слід відмітити, що у зв'язку з рядом вимушених обмежу-

вальних заходів, які було введено європейськими країнами для запобігання розповсюдженню коронавірусної інфекції (заборона міжнародних авіа перевезень, жорсткі епідеміологічні заходи тощо), туристична активність у Франції була практично відсутня з середини березня до середини травня та почала повільно відновлюватися у червні 2020 р. (рис. 1). Кіль-

кість ночівель у готелях на материковій частині Франції в червні 2020 р. порівняно з червнем 2019 р. за даними INSEE (Національного інституту статистики і економічних досліджень Франції) скоротилася на 73%, у тому числі через фактичну відсутність іноземців – на 94% та нижчу відвідуваність місцевими мешканцями – на 61% [7].

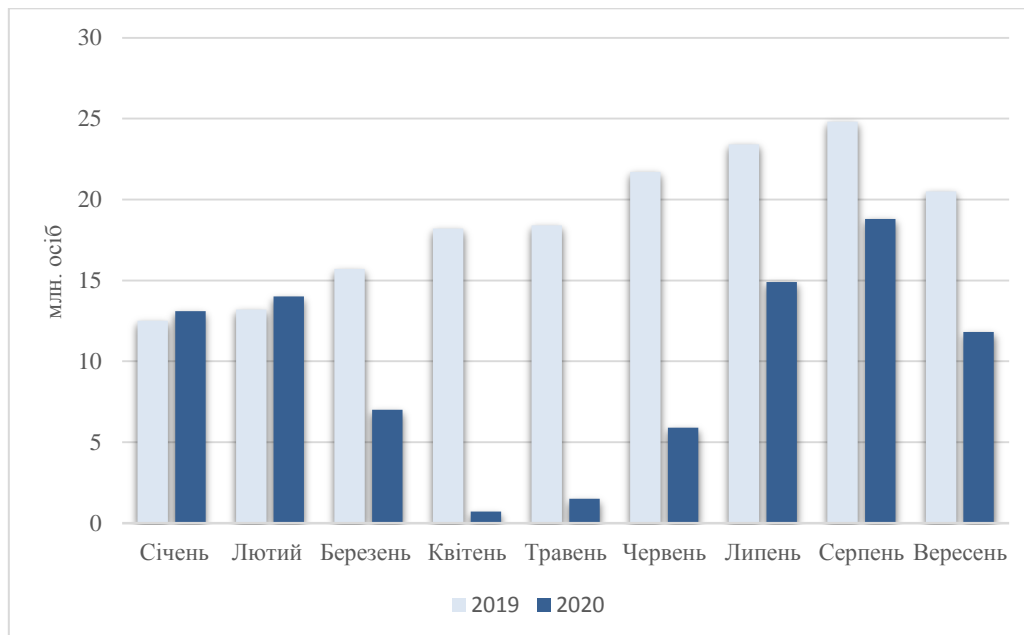


Рис. 1. Кількість ночівель у готелях Франції за січень – вересень 2019 – 2020 рр. (побудовано за даними [2])

Аналіз індустрії гостинності Франції свідчить, що хоча у 2020 р. відвідуваність Франції міжнародними туристами значно знизилася, однак за рахунок внутрішнього туризму показники туристичного сектору в цілому були значно кращі, ніж у сусідніх країнах. Так, у липні 2020 р. французькі готелі мали середній рівень заповнюваності номерного фонду 51%, тоді як в Італії та Португалії цей показник становив 35%, у Греції – 31%, в Іспанії – 30% [7].

Таким чином, хоча відсутність міжнародних туристів у Франції не могла бути повністю компенсована, у цілому задовільні результати стану індустрії гостинності були отримати завдяки:

- мобілізації внутрішнього туризму (53% французів відпочивали в липні і серпні, серед них 94% обрали для відпочинку туристичні регіони Франції);
- якості та різноманітності французьких туристичних пропозицій, що дозволило залучити туристів, які обирали природу, простір і дозвілля;
- активній кампанії по просуванню внутрішнього туризму у Франції, яка була розпочата 19 червня 2020 р. компанією «Atout France» («Цього літа я відвідаю Францію»).

Більшість французів віддали перевагу активному відпочинку на природі, сільському (зеленому) туризму, відпочинку на узбережжі, обираючи індивідуальні засоби розміщення (заміські будиночки, розміщення у родичів, друзів) [3].

Для туристичного сезону Франції у 2020 р. також були характерні такі особливості в поведінці туристів:

- вибір місця відпочинку недалеко від домівки;
- орієнтація на короткочасне перебування;
- вибір місця відпочинку «в останню хвилину»;
- пошук великих природних просторів, де легко дотримуватися соціальної дистанції [5].

Індустрія розміщення як базова складова індустрії гостинності Франції також у 2020 р. мала свої особливості.

Регіон Іль-де-Франс, що є світовим лідером у сфері ділового туризму і де щорічно проводяться близько 400 виставок і 1000 конгресів, а внесок туристичної діяльності якого становить майже 8% ВВП, зафіксував дефіцит у 6,4 млрд. євро у першій половині 2020 р. У столиці та її регіоні зафіксовано на 14,3 млн туристів менше, ніж за аналогічний період попереднього року [5, с. 8].

Ночівлі нерезидентів скоротилися майже на 85%, а відвідуваність готелів 4 – 5\* – на 79%. Загалом область втратила 69% ночівель, порівняно з липнем-серпнем 2019 року, у зв'язку із відміною бронювань іноземними туристами, особливо туристами-неєвропейцями, у зв'язку з локдауном та закриттям кордонів. В регіоні також зафіксовано скорочення кількості бізнес-туристів (-63%). Заходи санітарного обмеження, перехід на дистанційну роботу та віртуальні зустрічі призвели до скасування багатьох ділових подій та заходів [2].

У Парижі у другій половині 2020 р. було відкрито менше половини готелів, а рівень їх заповнюваності був занадто низьким. Для паризьких палаців, найпрестижніших п'ятизіркових готелів з найвищою

якістю обслуговування, основними відвідувачами яких є туристи з Північної Америки та Близького Сходу, втрати за 2020 р. оцінюються у понад 70% річного обороту [5].

Провінційні райони Франції також відчули негативні наслідки пандемії, які позначилися на скороченні кількості туристів-нерезидентів. Найбільше постраждали регіони Гранд-Ест (-37% ночівель), Окситанія (-35%) та О-де-Франс (-30%). Скорочення ночівель менше ніж на 20% зафіксоване у регіонах Валь-де-Луара, Овернь-Рона-Альпи та Прованс-Альпи-Лазурний берег [2].

Менш помітним зменшення кількості туристів спостерігалось у прибережних районах Франції (-9%). Впродовж липня – серпня 2020 р. французи відвідували узбережжя частіше, ніж у 2019 році (+14%). Завдяки внутрішнім туристам на узбережжях Окситанії, Нової Аквітанії та Пеї-де-ла-Луар загальна відвідуваність навіть дещо зростала (з +1% до +2%). З

іншого боку, спостерігалось зменшення кількості туристів на узбережжях Прованс-Альпи-Лазурний берег (-15%) та Корсики (-24%) [2].

За кількістю туристичних прибуттів краща ситуація спостерігалась в гірських та сільських районах Франції у порівнянні зі столичним та центральними районами. У липні – серпні 2020 р. відвідуваність гірських районів була високою завдяки внутрішнім туристам (+21% порівняно з 2019 р.). Ночівлі в сільській місцевості та в передгірських районах (інші райони) скоротилися на 5%. Ці райони також відвідало більше туристів-резидентів, ніж у 2019 р. [2].

У вересні 2020 р. на материковій частині Франції кількість ночівель у готелях скоротилася на 42% порівняно з вереснем 2019 р. У липні-серпні падіння було меншим (-30%) завдяки туристам-резидентам (рис. 2, рис. 3). Найбільше скорочення відвідування готелів спостерігалось в квітні та травні 2020 р. внаслідок локдауна – 90%.

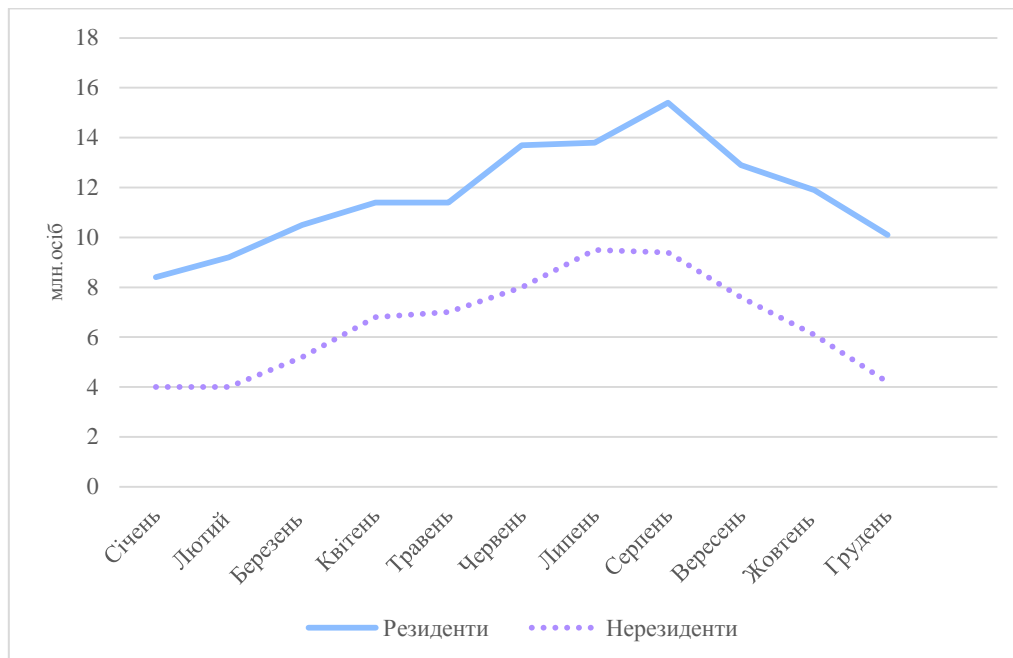


Рис. 2. Динаміка ночівель у готелях Франції у 2019 р. (побудовано за даними [2])

Загалом, впродовж літнього сезону 2020 р. кількість ночівель у готелях Франції зменшилася на 58% у порівнянні з літнім сезоном 2019 р. Відвідуваність готелів у Франції туристами-резидентами скоротилася на 19% порівняно з вереснем 2019 року, а кількість туристів-нерезидентів зменшилася на 81%, зокрема через фактичну відсутність неєвропейських туристів [2].

Дві третини ночівель у закладах тимчасового розміщення Франції припадає на нерезидентів з п'ять європейських країн – Бельгії, Німеччини, Нідерландів, Швейцарії та Великої Британії. Нерезиденти з Італії та Іспанії посідають шосте та сьоме місця відповідно. Відвідуваність Франції туристами із більш віддалених країн у 2020 р. була майже нульовою, особливо з США, Близького Сходу та Китаю,

тоді як у передкризовий період саме туристи з цих країн мали найбільшу частку в структурі в'їзного туристичного потоку Франції [2].

Також слід відмітити, що відновлення з середини серпня вимоги двотижневого карантину для британських громадян при поверненні з Франції, а також рекомендації, видані урядом Німеччини своїм співгромадянам, які перебували у регіонах Іль-де-Франс та Прованс-Альпи-Лазурний Берег, викликало значне скорочення відвідування Франції туристами з Великої Британії та Німеччини. Наприкінці серпня 2020 р. інші країни (Канада, Угорщина, Данія, Швейцарія та ін.) також посилювали карантинні обмеження, що викликало ще більшу рецесію міжнародних прибуттів до Франції [7].

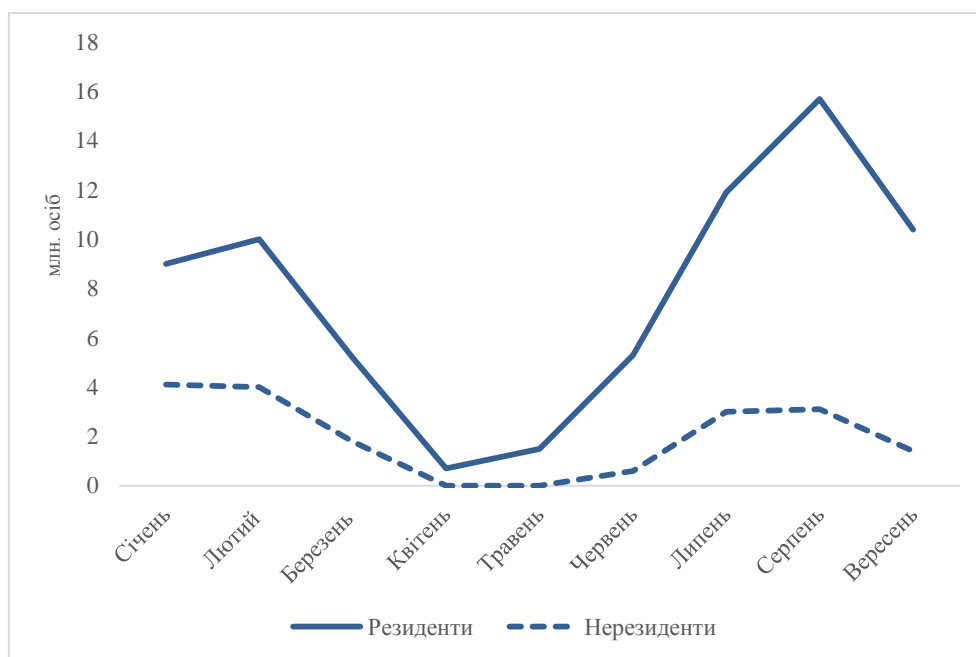


Рис. 3. Динаміка ночівель у готелях Франції у 2020 р. (січень – вересень) (побудовано за даними [2])

Французька готельна індустрія також відчула негативні наслідки пандемії і восени 2020 р., оскільки значно скоротився відсоток туристів, які відвідували Францію з діловою метою, у зв'язку зі скасуванням ярмарок, традиційних для цієї пори року, введенням обмежень для ділових поїздок [2].

В цілому для індустрії гостинності Франції характерні наступні тенденції розвитку, пов'язані із впровадженням в роботу готельних підприємств нових технологій. Серед основних технологічних досягнень слід відмітити наступні:

1. Використання віртуальних роботів-помічників.

Готельні підприємства запроваджують у своїй роботі практику використання пристроїв керування голосом, призначених для обслуговування готельних номерів. З їх допомогою можна зателефонувати на стійку адміністрації, забронювати вечерю, перевірити освітлення, температуру в кімнаті, включити кондиціонер, телевізор чи звукову систему номеру. При цьому, все це можна зробити, використовуючи мобільний додаток у телефоні, що особливо актуально у період пандемії COVID-19. Впровадження подібних технологій швидко набуває популярності серед готельєрів, оскільки це дає можливість збільшити дохід підприємства і підвищити рівень задоволення потреб клієнтів. Дослідники французької готельної індустрії пророкують у найближчому майбутньому більш широке використання роботів для обслуговування клієнтів. Майбутні помічники будуть відповідати за обслуговування в номерах та перевезення багажу. Таким чином, готелі скористаються новітніми технологіями, щоб, з одного боку, задовольнити всі потреби клієнтів, а з іншого – зменшити навантаження обслуговуючого персоналу. Слід також зауважити, що клієнти не просто цінують нові технологічні введення у готелях, вони хочуть ними користуватися. Тому у майбутньому передбачається широке залучення та просування у готелях технологій миттєвого броню-

вання та виселення [9].

У період пандемії COVID-19 дедалі гостріше постає питання епідеміологічної безпеки туристів. У готелях встановлюють камери з тепловізорами, які стежать за температурою тіла відвідувачів, використання масок є обов'язковим у ліфтах і коридорах. Дедалі більшої популярності набирає у готелях використання компактного робота CleanseBot. Він оснащений 18 датчиками та інфрачервоною лампою, яка вбиває 99,99% бактерій [10].

2. Застосування технології блокчейн.

Привабливість технології полягає в тому, що блокчейн-платформа дозволяє, по-перше, бронювати номери в готелях, апартаменти і приватне житло напряму, без посередників і комісій, використовуючи оплату криптовалютою. При цьому, якщо взаєморозрахунки проводяться в криптовалюті, то транзакційні витрати будуть нульовими, крім того, споживачі туристичних послуг не втрачатимуть кошти на конвертаціях валют при транскордонних платіжках. По-друге, блокчейн-платформи можна використовувати і при розробці програм лояльності (наприклад, швидке проведення страхових виплат при затримках чи відміні авіарейсів, миттєве бронювання нових білетів тощо) [6].

3. Використання он-лайн бронювання номерів у готелях, у тому числі, за допомогою мобільних додатків.

Важливою тенденцією останніх років стало бронювання номерів в готелях через мережу Інтернет за допомогою мобільних пристроїв. Платформа для бронювання, яка пристосована для мобільних пристроїв, допомагає готелям забезпечити успішну роботу своїх маркетингових рекламних кампаній та залучити нових клієнтів. Багато постачальників готельних технологій зараз зосереджуються на розробці інтуїтивних інструментів, які роблять готельний маркетинг максимально простим та ефективним. За даними звіту співтовариства світових туристичних

онлайн-брендів «Айфотревел» і Форнова, 73% опитаних туристів регулярно використовують пошукову систему, з яких 44% систематично використовують її для бронювання своїх поїздок [6].

4. Використання для реклами фото та відео, зроблених дронами.

Сьогодні більшість готелів для реклами і залучення нових клієнтів використовують фотографії або відео, створені за допомогою дронів. Високоякісні світлини готельних номерів та відео, що рекламують додаткові послуги, значно збільшують кількість бронювань новими клієнтами [6].

5. Модернізація номерного фонду.

Власники готелів все частіше при плануванні номерів нового готелю чи при проведенні реконструкції старого використовують інноваційні технології. Серед найбільш розповсюджених слід вказати, наприклад, «розумні ліжка», «електронні дверні дзвінки». Популярним стає використання спеціальної скляної панелі, яка кріпиться до зовнішньої сторони фасаду будівлі і акумулює енергію сонця і вітру. Температура і вологість у номерах такого готелю регулюється за допомогою водоспаду у внутрішньому критому дворіку. Цікавою новинкою є також ванна, при наповненні якої вода летить безпосередньо зі стелі.

Перспективи розвитку індустрії гостинності Франції, зокрема готельного сектору, пов'язані зі спеціалізацією та диверсифікацією готельних послуг. Серед сучасних готельних підприємств все частіше з'являються підприємства, які надають вузький перелік послуг та орієнтовані на обслуговування певної категорії гостей, наприклад, бізнес-готелі, готелі, призначені для поціновувачів активного відпочинку тощо. Французький ринок готельних послуг знаходиться в постійній динаміці, відповідаючи на нові запити клієнтів, зокрема, відкриваються так звані «денні» готелі, «капсульні» готелі та ін.

Крім цього, важливою тенденцією є подальша диверсифікація готельних послуг, тобто залучення до готельного бізнесу підприємств суміжних галузей, зокрема таких, що надають послуги харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності тощо. При спорудженні нових готелів обов'язковим є облаштування їх закладами, що надають спортивні, оздоровчі

послуги (фітнес-клуб, басейн, сауна, солярій, косметичний салон), розважальні (нічні клуби), ресторани та інших додаткові послуги [9].

Для індустрії гостинності Франції характерні процеси світової інтеграції та концентрації готельного бізнесу. Результатом цього є створення нових готельних мереж, асоціацій, міжнародних урядових і неурядових організацій.

Слід зазначити, що для європейських готелів характерними є значні інвестиції в енергозберігаючі технології і послуги, і Франція не є виключенням. Такі інвестиції здійснюються у зв'язку зі зростанням вартості енергії та запровадженням додаткових екологічних вимог. Так, згідно з дослідженням готельної мережі Hilton, 20% клієнтів активно вивчають екологічні показники готелю перед бронюванням, 13% запевняють, що вони будуть готові прийняти рішення на основі цієї інформації, якщо вона буде доступною, 62% клієнтів мають бажання змінити готель, якщо вони дізнаються про неетичну практику, зокрема, про порушення екологічних правил [9].

**Висновки.** Проведений аналіз індустрії гостинності Франції дозволяє стверджувати, що дана галузь є однією з провідних в структурі економіки країни.

У період пандемії кількість міжнародних туристів у Франції, як і в усьому світі, суттєво зменшилась. Однак завдяки вдало організованим заходам з боку держави Франція змогла мінімізувати негативні наслідки пандемії за рахунок активізації внутрішнього туризму. Саме в приморських, гірських та сільських районах Франції спостерігалось найменше скорочення туристичних прибуттів, тоді як готелі Парижу та регіону Іль-де-Франс зазнали суттєвих збитків у зв'язку з практичною відсутністю іноземних туристів. Перспективи розвитку індустрії гостинності Франції та її виходу з кризового стану пов'язані із подальшим запровадженням інноваційних технологій в готельній індустрії, у тому числі, з метою забезпечення надійних протіепідеміологічних заходів.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з аналізом заходів, які запроваджуються у Франції для підтримки підприємств індустрії гостинності з її виходу з кризи та можливостей використання французького досвіду в розвитку індустрії гостинності України.

#### Список використаних джерел:

1. Breiera M., Kallmuenzer A., Clauss T., Gast J., Krause S., Tiberius V. The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302759> (last access: 09.10.2020)
2. Canonero B., Gidrol J.- C., Mainguené A. (Insee) La fréquentation touristique se dégrade en septembre, après avoir repris quelques couleurs en juillet-août. Insee focus № 212. 30.11.2020. URL: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4985641#consulter> (last accessed: 10.10.20).
3. Compte rendu du Conseil des ministres du 16 septembre 2020. Le Bilan de la saison touristique. URL: <https://www.gouvernement.fr/conseil-des-ministres/2020-09-16/le-bilan-de-la-saison-touristique> (last accessed: 15.10.20).
4. Denizet Hélène. Panorama du secteur hôtelier. Direction du Tourisme. 2005. 61 p. URL: <http://bel.uqtr.ca/id/eprint/676/1/6-19-1869-20070212-1.pdf> (last accessed: 09.10.2020).
5. Dossier de presse 6ème Comité interministériel du Tourisme. Service de presse de Mâtignon. 12.10.2020. с. 22. URL: [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/dp\\_12102020\\_cle45d22f.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/dp_12102020_cle45d22f.pdf) (last accessed: 15.10.20).
6. Évolution du secteur de l'hôtellerie en 2018. Trivago business blog. 20.01.2018. URL: <https://businessblog.trivago.com/fr/evolution-secteur-hotelier-2018/> (Last accessed: 13.10.2020).

7. Industrie hôtelière française : risques de faillites en 2021. 43ème édition de l'étude annuelle de KPMG France, "L'Industrie Hôtelière Française". 06.10.2020. URL: <https://home.kpmg/fr/fr/home/media/press-releases/2020/10/industrie-hoteliere-francaise-risques-faillites.html> (last accessed: 17.10.20).
8. Le Tourisme en France. France Diplomatie. URL: <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/> (last accessed: 16.10.20).
9. Les tendances du tourisme et de l'hôtellerie 2018. Deloitte. URL: <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/consumer-business/articles/tendances-tourisme-hotellerie-2018.html> (Last accessed: 16.10.20).
10. Luczak-Rougeaux J. Hôtellerie: CleanseBot, le robot qui élimine les bactéries dans la chambre. 14.04.2020. URL: <https://www.tom.travel/2020/04/14/hotelierie-cleansebot-robot-elimine-bacteries-chambre/> (last accessed: 16.10.20).
11. Mulet-Forteza C., Genovart-Balaguer J., Mauleon-Mendez E., Merigó J. M. A bibliometric research in the tourism, leisure and hospitality fields. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296318306131> (last accessed: 12.10.20).
12. Shin Hakseung, Kang Juhyun. Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431920302164> (last accessed: 14.10.20).
13. Viglia G., Dolnicar S. A review of experiments in tourism and hospitality. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738320300025?via%3Dihub> (last accessed: 16.10.20).
14. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. 448 с.
15. Всесвітня туристична організація. Веб-сайт. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 15.10.2020 р.).
16. Довгаль Г.В. Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. Вип. 9. С. 190-196.
17. Кнодель Л.В. Туризм і туристська освіта у Франції: монографія. К.: ФОП Кандиба Т.П., 2019. 287 с.
18. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
19. Левицька І.В., Корж Н.В., Онищук Н.В. Готельна справа: навч. посібник. Вінниця: Едельвейс і К, 2015. 580 с.
20. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал Європейської економіки*. 2015. Том 14 (№ 3). С. 273 – 286.
21. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
22. Основи готельно-ресторанної справи: навчальний посібник / Н.І. Данько, А.Ю. Парфіненко, П.О. Подлепіна, О.О. Вишневецька [за заг. ред. А.Ю. Парфіненка]. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 288 с.
23. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск 4 (21). С. 297-304.
24. Пандяк І. Феномен індустрії гостинності: дефініція поняття, основні підходи, структура. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2016. Вип. 50. С. 277-285.
25. Папирян Г.А. Менеджмент в індустрії гостеприимства. Москва: Економіка, 2000. 207 с.
26. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту Навчальний посібник. К: Кондор, 2005. 408 с.
27. Світовий атлас даних. Туризм. Веб-сайт. URL: <https://knoema.ru/atlas/Франция/topics/Туризм> (дата звернення: 10.10.2020 р.)
28. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія / за заг. ред. А.Ю. Парфіненка. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 412 с.
29. Щетинина К.И. Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг: дисс. канд. экон. наук. Москва, 2017. 192 с.
30. Юдіна Х.К. Методологічні аспекти обґрунтування дефініції «готельне господарство». *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 2 (47). С. 142-146.

#### References:

1. Breiera M., Kallmuenzer A., Clauss T., Gast J., Krause S., & Tiberius V. (2020). The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302759> (last access: 09.10.2020).
2. Canonero B., & Gidrol J.- C., Mainguéné A. (2020). La fréquentation touristique se dégrade en septembre, après avoir repris quelques couleurs en juillet-août. Insee focus № 212. 30.11.2020. Retrieved from <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4985641#consulter> (last accessed: 10.10.20) ) [in French].
3. Compte rendu du Conseil des ministres du 16 septembre 2020. Le Bilan de la saison touristique. Retrieved from <https://www.gouvernement.fr/conseil-des-ministres/2020-09-16/le-bilan-de-la-saison-touristique> (last accessed: 15.10.20) ) [in French].
4. Denizet, Hélène (2020). Panorama du secteur hôtelier. Direction du Tourisme. 2005. 61 p. Retrieved from <http://bel.uqtr.ca/id/eprint/676/1/6-19-1869-20070212-1.pdf> (last accessed: 09.10.2020) ) [in French].



5. Dossier de presse 6ème Comité interministériel du Tourisme. Service de presse de Matignon. 12.10.2020. с. 22. Retrieved from [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/dp\\_12102020\\_cle45d22f.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/dp_12102020_cle45d22f.pdf) (last accessed: 15.10.20) [in French].
6. Évolution du secteur de l'hôtellerie en 2018. Trivago business blog. 20.01.2018. Retrieved from <https://businessblog.trivago.com/fr/evolution-secteur-hotelier-2018/> (Last accessed: 13.10.2020) [in French].
7. Industrie hôtelière française : risques de faillites en 2021. 43ème édition de l'étude annuelle de KPMG France, "L'Industrie Hôtelière Française". 06.10.2020. Retrieved from <https://home.kpmg/fr/fr/home/media/press-releases/2020/10/industrie-hoteliere-francaise-risques-faillites.html> (last accessed: 17.10.20) [in French].
8. Le Tourisme en France. France Diplomatie. Retrieved from <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/> (last accessed: 16.10.20) [in French].
9. Les tendances du tourisme et de l'hôtellerie 2018. Deloitte. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/consumer-business/articles/tendances-tourisme-hotellerie-2018.html> (Last accessed: 16.10.20) [in French].
10. Luczak-Rougeaux, J. (2020). Hôtellerie: CleanseBot, le robot qui élimine les bactéries dans la chambre. 14.04.2020. Retrieved from <https://www.tom.travel/2020/04/14/hotellerie-cleansebot-robot-elimine-bacteries-chambre/> (last accessed: 16.10.20) [in French].
11. Mulet-Forteza, C., Genovart-Balaguer, J., Mauleon-Mendez, E., & Merigó, J.M. (2020). A bibliometric research in the tourism, leisure and hospitality fields. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296318306131> (last accessed: 12.10.20).
12. Shin, Hakseung, & Kang, Juhyun (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431920302164> (last accessed: 14.10.20).
13. Viglia, G., & Dolnicar, S. (2020). A review of experiments in tourism and hospitality. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738320300025?via%3Dihub> (last accessed: 16.10.20).
14. Boiko, M.H., & Hopkalo, L.M. (2006). Orhanizatsiya hotelnoho hospodarstva: [Organization of the hotel industry]. Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi torhovo-ekonomichnyi universytet, 448 p. [in Ukrainian].
15. Vsesvitnya turystychna orhanizatsiya [World Tourism Organization]. Retrieved from <https://www.unwto.org> (last accessed: 15.10.2020).
16. Dovhal, H.V. (2019). Suchasni tendentsii rozvytku svitovoho hotelnoho biznesu [Modern tendencies in the world hotel business]. *Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm*, 9, 190-196 [in Ukrainian].
17. Knodel, L.V. (2019). Turyzm i turystska osvita u Frantsii [Tourism and tourism education in France]. Kyiv: FOP Kandyba T.P. 287 p. [in Ukrainian].
18. Krul, H.Y. (2011). Osnovy hotelnoi spravy [Fundamentals of the hotel industry]. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 368 p. [in Ukrainian].
19. Levytska, I.V., Korzh, N.V., & Onyshchuk, N.V. (2015). Hotelna sprava [The hotel industry]. Vinnytsya: Edelveis i K. 580 p. [in Ukrainian].
20. Mazur, V. (2015). Industriya hostynnosti – efektyvnyi instrument rozvytku turystychnoho biznesu. [The hospitality industry – the effective tool in tourist business development]. *Zhurnal Evropeiskoi ekonomiky*, 14(3), 273-286 [in Ukrainian].
21. Malska, M.P., & Pandiak, I.H. (2012) Hotelnyi biznes: teoriya ta praktyka [The hotel business: theory and practice]. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 472 p. [in Ukrainian].
22. Danko, N.I., Parfinenko, A.Y., Podlepina, P.O., & Vyshnevskaya, O.O. (2017). Osnovy hotelno-restoranoi spravy [Fundamentals of the hotel and restaurant industry]. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina, 288 p. [in Ukrainian].
23. Onishchuk, N.V. (2019). Rozvytok industrii hostynnosti v Ukraini ta sviti [The development of the hospitality industry in Ukraine and in the world]. *Skhidna Evropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*, 4(21), 297-304 [in Ukrainian].
24. Pandiak, I. (2016). Fenomen industrii hostynnosti: definitysiya poniattya, osnovni pidkhody, struktura [The phenomena of the hospitality industry: the definition of its potential, main ways and its structure]. *Visnyk Lvivskoho universytetu*, 50, 277-285 [in Ukrainian].
25. Papyrian, G.A. (2000). Menedzhment v industrii gostepriimstva. [Management in the hospitality industry]. Moscow: Ekonomika, 207 p. [in Russian].
26. Rohliev, Kh.Y. (2005). Osnovy hotelnoho menedzhmentu [Fundamentals of hotel management]. K: Kondor, 408 p. [in Ukrainian].
27. World Data Atlas. Retrieved from <https://knoema.ru/atlas/Франция/topics> (last accessed: 10.10.2020) [in Russian].
28. Parfinenko, A.Y. (eds.). (2017). Suchasni tendentsii rozvytku hotelno-restorannoho biznesu: mizhnarodnyi ta natsionalnyi dosvid [The latest developmental tendencies in the hotel and restaurant business: international and domestic experience]. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina, 412 p. [in Ukrainian].
29. Shchetinina, K.Y. (2017). Tendentsii rozvytku evropeiskogo runka gostinichnykh uslug [The tendencies in development of European market hospitality services]. Moscow, 192 s. [in Russian].
30. Iudina, Kh.K. (2011). Metodolohichni aspekty obgruntuvannya definitysii «hotelne hospodarstvo» [The methodological aspects of defining the term hotel industry]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, 2(47), 142-146. [in Ukrainian].

Надійшла до редакції 05.11.2020 р.

**About the authors:**

**Hanna Kucheriava** – PhD (Geography), Associate Professor of the Department of Psychology, Pedagogy and Tourism, Kyiv National Linguistic University, Velyka Vasylkivska st., 73, Kyiv, 03680, Ukraine, [annakucheryava12@gmail.com](mailto:annakucheryava12@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-1742-0605>

**Tatiana Polishchuk** – MSc Student of the Department of Psychology, Pedagogy and Tourism, Kyiv National Linguistic University, Velyka Vasylkivska st., 73, Kyiv, 03680, Ukraine, [tanyapolishchuk5@gmail.com](mailto:tanyapolishchuk5@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-7548-2580>

**Об авторах:**

**Анна Кучерявая** – кандидат географических наук, доцент кафедры психологии, педагогики и туризма, Киевский национальный лингвистический университет, ул. Большая Васильковская, 73, г. Киев, 03680, Украина, [annakucheryava12@gmail.com](mailto:annakucheryava12@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-1742-0605>

**Татьяна Полищук** – магистрант кафедры психологии, педагогики и туризма, Киевский национальный лингвистический университет, ул. Большая Васильковская, 73, г. Киев, 03680, Украина, [tanyapolishchuk5@gmail.com](mailto:tanyapolishchuk5@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-7548-2580>