

Л.В. Кнодель

**ТУРИЗМ І ТУРИСТСЬКА ОСВІТА У
ФРАНЦІЇ**

монографія

Київ – 2019

УДК 379.85:377/378](44)
ББК 51;48 (4Фра)

К53 Кнодель Л. В. Туризм і туристська освіта у Франції : монографія / Л. В. Кнодель. – Київ : ФОП Кандиба Т. П., 2019. – 287 с.

Процеси європейської інтеграції як прояв об'єктивно зумовленої глобалізації охоплюють все нові сфери життєдіяльності.

Україна чітко визначила орієнтир на входження в освітній простір Європи, здійснює модернізацію освітньої діяльності в контексті європейських вимог.

Входження національної вищої школи в європейський освітній та науковий простір є складним та багатоаспектним завданням, яке вимагає вирішення багатьох питань як на державному рівні, так і в кожному окремому вищому навчальному закладі.

Франція – класична країна туризму, найпопулярніший туристичний напрямок в світі.

У країні створена сучасна інфраструктура туризму.

Державна політика в галузі туризму у Франції будується на основі консолідації всіх зацікавлених сил в різних формах, на різних умовах і з різними цілями.

Важливим напрямом державної політики в галузі туризму є створення позитивного образу країни як туристичного напрямку і його просування на світовому ринку подорожей.

Національна система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристських кадрів у Франції визнана однією з кращих в світі. У країні створена широка мережа державних і приватних початкових, середніх та вищих професійних навчальних закладів – шкіл і ліцеїв з готельно-ресторанного господарства, спеціалізованих університетів, центрів інноваційної підготовки кадрів для індустрії туризму, в тому числі іноземних студентів. Франція є міжнародним центром проведення експертиз освітніх програм в галузі туризму.

УДК 379.85:377/378](44)
ББК 51;48 (4Фра)

© Кнодель Л. В., 2019
© ФОП Кандиба Т. П., 2019

ПЕРЕДМОВА

Процеси європейської інтеграції як прояв об'єктивно зумовленої глобалізації охоплюють все нові сфери життєдіяльності. Україна чітко визначила орієнтир на входження в освітній простір Європи, здійснює модернізацію освітньої діяльності в контексті європейських вимог. Входження національної вищої школи в європейський освітній та науковий простір є складним та багатоаспектним завданням, яке вимагає вирішення багатьох питань як на державному рівні, так і в кожному окремому вищому навчальному закладі.

Інтеграційні тенденції, що набувають сили в освіті європейських країн, і в першу чергу країн-учасниць Болонського процесу, базуються на спільних вимогах, критеріях та стандартах національних систем вищої освіти. Важливі аспекти проблеми дослідження висвітлено у наукових працях вітчизняних і російських дослідників:

- тенденції розвитку вищої освіти у світовому і європейському просторі (В. Андрущенко, Н. Булгакова, О. Галус, О. Козлова, К. Корсак, М. Лещенко, О. Овчарук, В. Олійник, А. Сбруєва);
- загальні аспекти вищої освіти Франції висвітлюються в працях З.О. Малькової, О.М. Джуринського, К.В. Корсака;
- стан та розвиток системи вищої освіти аналізують І.В. Жуковський і Л.І. Зязюн;
- реформування освіти та її основні етапи досліджують Б.Л. Вульфсон, М.Р. Лисенко; історичне підґрунтя становлення вищої школи сучасної Франції висвітлюють С.О. Головка, Б.Л. Вульфсон, І.Б. Марцинковський, М.Д. Нікандров.

Проблему удосконалення змісту вищої освіти висвітлено у працях зарубіжних науковців:

- сутнісні ознаки і механізми професійної освіти (Ф. Альтбах, Ф. Ансель, П. Арну, Ж.-Л. Адук, А. Баррі, Е. Bautier, А. Caboche та ін);
- теоретичні і методичні підходи до удосконалення змісту професійної освіти (Г. Brusy, Ж. Colomb, С. Descampe, Б. Доріата, Ж.-М. Foulin, Н. Грубб, П. Ходсон та ін.).

Явищем, яке можна потрактовувати і як потужний фактор економіки, і як соціальний інститут, і як сферу культури, варто визнати такий багатогранний соціокультурний феномен, як туризм. Франція – класична країна туризму, найпопулярніший туристичний напрямок в світі. У країні створена сучасна інфраструктура туризму.

Державна політика в галузі туризму у Франції будується на основі консолідації всіх зацікавлених сил в різних формах, на різних умовах і з різними цілями.

Важливим напрямом державної політики в галузі туризму є створення позитивного образу країни як туристичного напрямку і його просування на світовому ринку подорожей. Вона приймає 10% міжнародних туристських потоків і по цьому показнику з великим відривом лідирує на глобальному туристичному ринку. Велике економічне значення туризму у Франції. Його частка досягла 6% ВВП країни. У туристичній індустрії зайнято близько 1 млн. працівників. Франція створила свою національну модель туристичної діяльності.

Національна система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристських кадрів у Франції визнана однією з кращих в світі. У країні створена широка мережа державних і приватних початкових, середніх та вищих професійних навчальних закладів – шкіл і ліцеїв з готельно-ресторанного господарства, спеціалізованих університетів, центрів інноваційної підготовки кадрів для індустрії туризму, в тому числі іноземних студентів.

Франція є міжнародним центром проведення експертиз освітніх програм в галузі туризму.

У сучасній економіці знань особливого значення набуває обмін продуктами інтелектуальної власності.

Франція експортує знання, необхідні для розвитку туристичної пропозиції, в області аудиту, маркетингового планування, складання схем туристського освоєння територій, підвищення якості туристського обслуговування і т.д.

Однак у цілому, як засвідчує аналіз науково-педагогічної літератури та дисертаційних робіт, у сучасних умовах ще не здійснено комплексного дослідження процесу формування системи вищої туристської освіти Франції. До того ж принципи реалізації Болонської конвенції та прагнення України досягти європейських стандартів освіти, культури життя потребують певної перебудови вітчизняної системи вищої освіти у сфері туризму, що значно актуалізує вивчення вже набутого позитивного досвіду професійної підготовки фахівців для сфери туризму у сучасній Франції.

Серед вітчизняних науковців, що досліджують туристську освіту, варто відзначити роботи таких науковців, як: О. Бейдик, О. Дмитрук, Л. Кнодель, Л. Лук'янова, М. Скрипник, Т. Сокол, Г. Цехмістрова, В. Федорченко, Н. Фоменко, Л. Чорна, Г. Щука та ін.

Але сучасні тенденції розвитку суспільства постійно висувають досить жорсткі вимоги до організації та утримання процесу підготовки фахівців для сфери туризму: швидкими темпами розвиваються комп'ютерні технології, з'являються нові професії, туристи стають все більш обізнаними, а значить і більш вимогливими.

За результатами аналізу джерельної бази дослідження доходимо висновку, що тенденції розвитку професійної туристської освіти у Франції все ще не стали предметом спеціального порівняльно-педагогічного вивчення науковцями.

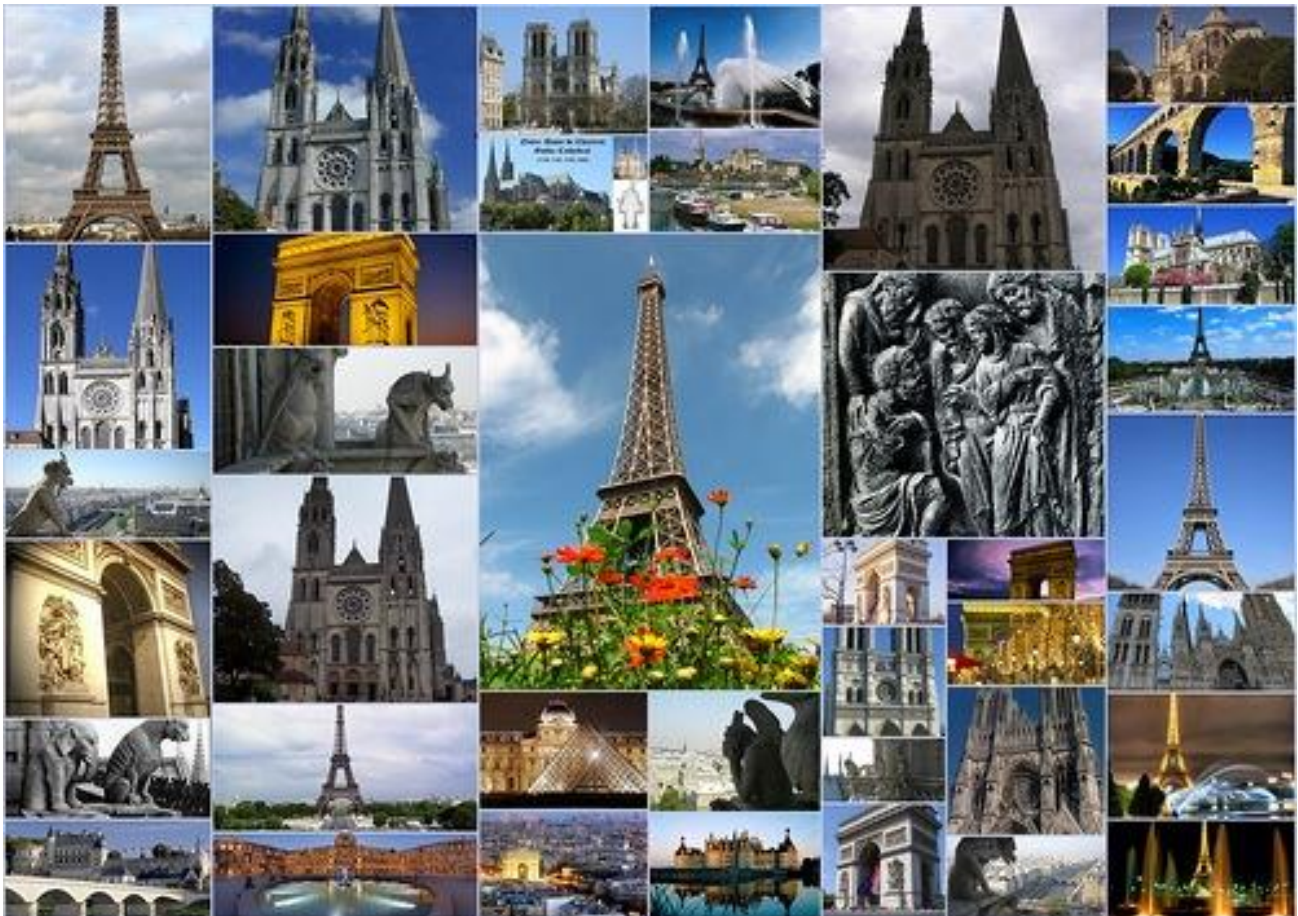
Система професійної підготовки фахівців туристичної галузі Франції займає провідні позиції у світі з розробки та впровадження освітніх інновацій і вирізняється зваженим підходом до проблеми оптимального поєднання теорії та практики туристичної діяльності.



Розділ 1

Соціально-економічні передумови розвитку туризму та формування туристської освіти

1.1. Роль і місце Франції в системі міжнародного туризму



На початку ХХІ століття міжнародний туризм набув величезних масштабів розвитку.

Міжнародні туристські зв'язки стали складовою частиною загального процесу інтернаціоналізації соціально-економічних відносин.

ХХ століття характеризується надзвичайно швидким розвитком міжнародного туризму, що набув масового характеру в останні десятиліття. Цьому сприяли, як певні об'єктивні чинники (підвищення життєвого рівня), так і діяльність міжнародних, регіональних та національних туристичних організацій, які домагаються від держав забезпечення більшого доступу до туризму для різних верств населення. Таке зростання контактів між людьми різних культур і смаків не може істотним чином не позначитися на розвитку сучасного світового співтовариства, зокрема, на розвитку його культури.

Туризм має вагомий вплив на такі галузі господарства, як транспорт, зв'язок, архітектура, будівництво, сільське господарство, народні промисли, торгівля, виробництво товарів народного споживання. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків.

За чисельністю працівників індустрія туризму також стала однією з найбільших у світі – в ній зайнято понад 260 млн. чоловік, тобто кожний 10-й працюючий.

Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад \$500 млрд. щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США. Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), на початку XXI століття обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 %.

Як очікується, на перше місце за кількістю прийому іноземних туристів вийде Китай, який оголосив себе «туристським тигром» (137 млн. туристів без Гонконгу). За ним найбільшими країнами, що приймають туристів, стануть США, Франція, Іспанія, Італія, Велика Британія, Мексика, Гонконг, Росія, Чехія.

Туризм є вагоме джерело створення робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня.

Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві.

Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи.

Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства.

Традиційними лідерами Старого світу залишились Франція, Іспанія та Італія.

Значні темпи зростання демонструють США (8,7 % в порівнянні з 1999 роком). Вийшов у лідери і Китай, який з 12-го місця в 1990 році перемістився на 5-те у 2008 році.

Міжнародний туризм стає все більш важливим фактором економічного розвитку деяких регіонів. Він спонукає до бурхливого росту промислової активності. Ця перспективна галузь буде й надалі жваво розвиватись та залишатиметься провідною галуззю в сфері послуг країни. Міжнародний туризм як вид економічної діяльності має наступні особливості: на відміну від зовнішньої торгівлі заснований не на обміні товарами і послугами, а туристами.

Тобто живими людьми; туристичні послуги не мобільні, вони не можуть слідувати за покупцем, не підлягають зберіганню; в пропозиціях відсутня гнучкість.

Туризм, як багатогранна галузь, ввійшов в життя дітей і дорослих, міських і сільських жителів, людей розумової і фізичної праці. Він є однією з найперспективніших галузей світової економіки, важливою суспільною площиною спілкування людей. На думку різних аналітиків, в основі розвитку міжнародного туризму лежать наступні чинники:

- Економічний ріст і соціальний прогрес привели до розширення об'єму ділових поїздок і поїздок із пізнавальними цілями.
- Удосконалювання транспорту та здешевлення транспортних послуг.
- Збільшення числа найманих робітників та службовців у розвинутих країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня.
- Інтенсифікація праці й одержання працюючими тривалих відпусток.
- Розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами призвів до розширення міжособистих зв'язків.
- Розвиток сфери послуг стимулювало розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес в сфері телекомунікацій.
- Послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення процесу переходу кордону.

Значення туризму у світі постійно зростає і це пов'язано із зростанням впливу туризму на економіку окремих країн, де міжнародний туризм виконує ряд важливих функцій:

- Міжнародний туризм – джерело валютних надходжень для країни і засіб для забезпечення зайнятості.
- Міжнародний туризм розширює внески в платіжний баланс країни.
- Міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, що обслуговують сфери туризму.

З ростом зайнятості в сфері туризму зростають прибутки населення і підвищується рівень добробуту нації. За прогнозами експертів, бурхливий розвиток міжнародного туризму буде продовжуватися і далі.

За їх підрахунками, до 2020 року ця галузь стане головною експортною галуззю у світі. В умовах, що створилися, ці питання представляються мені актуальними.

В Австрії у 2017 році прямі доходи у ВВП від туризму склали 8,6%, а доходи в Іспанії – відповідно 6,8 і 18,2%; у Франції. – 4,1 і 10,9%; в Хорватії – 8,5 і 19,0%.

Дохід від міжнародного туризму у Франції (\$42,3 млрд.), що пояснюється коротшим перебуванням туристів у Франції: ті хто приїжджають до Європи прагнуть відвідати і сусідні, не менш привабливі країни.

До того ж французький турист більше сімейний, ніж діловий, що також пояснює менші витрати туристів у Франції. У 2010 році Францію відвідало близько 75,5 млн. туристів – абсолютний рекорд. Зовнішній баланс французького туризму позитивний: у 2010 році дохід від туризму склав €32,78 млрд., тоді як французькі туристи, що подорожували за кордон, витратили тільки €17,53 млрд.

Морським транспортом переправляється приблизно 4% внутрішніх вантажів.

Цьому існує декілька причин: тенденція до спаду в вугільній та сталевій промисловостях, конкуренція з боку залізниці та ін. З довжиною морських маршрутів в 8500 км, Франція має в своєму розпорядженні флот в 210 кораблів. За тоннажем вона займала в 2017 році 27 місце. Марсель – найбільший порт Середземномор'я та третій в Європі за тоннажем.

Біля 900 машин (авіалайнерів та гелікоптерів) літають під прапором Франції. Дуже перевантажені аеропорти Парижу (біля 60 млн. пасажирів на рік, восьмий в світі), Ніцци, Марселю, Леона та Тулузи. Найбільші компанії: Air France діє по всьому світу, Air Inter – всередині країни. Працюють також декілька приватних компаній. Дуже розвинута також поштова система та телефонне забезпечення (France Telecom), телематика та інформатика.

Туристична індустрія Франції надає їй біля 2 млн. робочих місць, та принесла в 2007 році 140 млрд. франків (\$30 млрд.) іноземної валюти в країну. Біля 63 млн. туристів відвідали Францію в 2007 році. Франція має в розпорядженні 17,5 млн. туристичних місць, включаючи 1,2 млн. в 40800 готелях, 16,3 млн. в кемпінгах, санаторіях та дитячих таборах. Торгівельне сальдо сектору складало в 2007 році 60 млрд. франків.

Відсоткове співвідношення туристів: 73% з країн Європейського Союзу (головним чином Німеччина, Великобританія, Бельгія та Данія; американські туристи – 5,6%, трохи менше японські). Сьогодні не має жодної країни яка б так притягувала туристів як Франція. Для визначення внутрішнього попиту застосовують такі показники: чисельність населення, ВВП на душу населення, кількість місць проживання та інші.

До країн із високим внутрішнім попитом належать Франція, Німеччина, Великобританія, Ірландія та ін. Отже, і міжнародні обміни найчастіше відбуваються між країнами, які мають подібні умови прийому та обслуговування гостей. Прихильність до тих чи інших типів організації відпочинку досить суттєво відрізняється по країнах. Можна навіть говорити про національні вподобання типів відпочинку.

Класифікація транспортних подорожей



Значна частина жителів Великобританії обере відпочинок на березі теплого моря – 46 %. Услід за британцями, але значно їм поступаючись, йдуть громадяни Бельгії (35 %) та Німеччини (32 %).

Таблиця 1.1.

Цілі подорожей %

Країна	Відпочинок	Бізнес	Інші цілі
Німеччина	80	11	9
Велика Британія	76	15	9
Франція	64	12	24
Італія	73	18	9
Нідерланди	83	10	7
Бельгія	82	9	9
Іспанія	62	25	13
США	37	33	30
Канада	57	16	27
Японія	78	11	11

Відпочинок у містах явно приваблює японців – 51 %, іспанців – 33 %, французів – 25 %. В подорожах країнами проводять свою відпустку жителі Італії – 41 % та Франції – 32 % . Приблизно рівну прихильність до розміщення в готелях зберігають жителі майже всіх країн – в межах 52-62 %. Однак є два винятки: 88 % японців обирають готель.

У голландців готель як засіб розміщення займає більш скромне місце – лише 38 %. Зате вони є лідерами у виборі кемпінгу (20 %).

З року в рік зростає кількість туристів, які мають друге житло в інших країнах. Це необов'язково власний будинок, розкішна вілла, а можливо тільки скромна однокімнатна квартира в багатоквартирному будинку, так звана студія.

Так чи інакше, відпочинок у власному будинку за межами рідної країни проводять 33 % громадян США, 23 % – Нідерландів, 18 % – Великобританії. Ті, хто бідніший, обирають відпочинок в гостях у знайомих і родичів.

Таких міжнародних туристів набирається серед голландців до 15 %, французів – до 22 %. Розподіл туристів за вибором засобів розміщення значною мірою пов'язаний з їхнім особистим статусом. У міжнародному туризмі зустрічаються люди з різним достатком.

У туристських потоках майже усіх країн переважають представники середнього класу: від 40 % в Нідерландах до 59 % в Італії. Люди з невисоким достатком займають значне місце в туристичному потоці Франції (36 %) та Італії (31 %). Серед туристів із Німеччини (43 %), Нідерландів (41 %), Великобританії (37 %) провідне місце займають представники вищого класу, які пред'являють попит на найкомфортабельніші умови розміщення.

Таблиця 1.2.

Типи організації відпочинку %

Країна	На пляжі біля моря	У містах	В подорожах по країнах	У передмістях та селах
Німеччина	32	16	13	11
Велика Британія	46	12	15	9
Франція	26	25	32	-
Італія	25	11	41	-
Нідерланди	27	10	13	10
Бельгія	35	-	13	17
Іспанія	20	33	16	-
Японія	21	51	10	-



Таблиця 1.3.

Прихильність до різноманітних видів розміщення %

Країна	Гот ель	У друзів	Власний будинок	Кемпінг	Інші види
Німеччина	57	18	13	7	5
Велика Британія	52	19	18	2	9
Франція	54	22	4	4	16
Італія	56	21	8	7	8
Нідерланди	38	15	23	20	4
США	62	-	32	-	6
Японія	88	6	3	-	3

Таблиця 1.4.

Розподіл туристичного потоку за соціальним статусом %

Країна	Люди с невисоким достатком	Середній клас	Вищий клас
Німеччина	12	45	43
Велика Британія	12	51	37
Франція	36	32	32
Італія	31	39	10
Нідерланди	19	40	41

Дані таблиці показують, що тільки у Франції спостерігається невелика перевага жінок в туристському потоці. В інших країнах більшість туристського потоку складають чоловіки, особливо в Італії – 61 %. Звертає на себе увагу активність людей старшого віку, після 60 років, у Франції, де вони складають 30 % потоку (для порівняння – в Італії 13 %).

Знаючи мету подорожей, прихильність до різноманітних видів розміщення, розподіл туристичних потоків за соціальним статусом, статтю та віком і ефективно використовуючи їх, можна наперед спланувати фінансові потоки, які вплинуть на економіку тієї чи іншої країни.

Основною рушійною силою розвитку туризму є економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі.

Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів.

Таблиця 1.5.

Розподіл туристичного потоку за статтю та віком %

Країна	Частка жінок	15-29	30-44	45-59	60 і більше
Німеччина	47	23	30	27	20
Велика Британія	44	22	33	29	16
Франція	51	22	26	22	30
Італія	39	32	33	22	13
Нідерланди	45	25	32	27	16
Іспанія	40				



Важливе значення має вклад туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів у країні і витратами резидентів цієї ж країни за кордоном. Таким чином, ми визначили економічні функції туризму та їх вплив на економіку. І ще один дуже важливий фактор – вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище. Цей вплив може бути прямим, опосередкованим, позитивним і негативним.

Туризм не може розвиватися без взаємодії з навколишнім середовищем, але, керуючи цим розвитком, можна зменшити негативний вплив і збільшити позитивний.

Позитивний вплив включає

- охорону і реставрацію пам'яток природи, історії, культури,
- створення національних парків і заповідників,
- збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема, це вплив на якість води в річках, озерах, морях та на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ, понівечення історичних пам'яток вандалами. Деякі види туристського відпочинку, такі як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають негативного впливу живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій та інше.

Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, у свою чергу, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

У контексті посиленої конкуренції та міжнародної економічної і політичної напруженості, французький туризм повинен протистояти новим викликам: прискорення світового туристичного зростання і політичного відкриття деяких нових регіонів. Тому країна фіксується на ринку нових напрямків по образу Китаю.

Південноамериканський континент і в майбутньому, ймовірно, буде грати суттєву роль в туристській політиці Франції. Однак, з'являються і нові пріоритети: прибалтійські країни чи экс-радянські республіки Центральної Азії. У цьому новому контексті глобалізації в численних екологічних, економічних, культурних та громадських наслідки, іноді, невизначених, держава виступає як гарант стійкого і довгострокового туристичного розвитку.

У силу цього, необхідно передбачити всі явища, які можуть мати вплив на туристичну діяльність, підтримуючи науковий пошук та прогнозування, розширюючи партнерство адміністрації з громадськими, приватними та асоціативними організаціями сфери туризму, і включаючи в різноманітні акції в європейському та міжнародному масштабі, що дозволить Франції зберегти її перше місце в світовому туристичному ранзі в світі. Нова фаза децентралізації доручає головну компетенцію в питанні про туризм адміністративно-територіальним утворенням, лідером у якому буде регіон.

Передача бюджетних робочих місць і кредитів регіональних делегацій туризму повинна була б супроводити цей рух. Тим часом, держава продовжує здійснювати компетенцію, найчастіше у зв'язку з адміністративно-територіальними утвореннями.

Держава, враховуючи поперечну і міжвідомчу природу своєї нової компетенції та місії в галузі туризму, повинно зуміти також опертися, в регіональному плані, на адміністративного і технічного кореспондента послуг в національному аспекті туризму. Туризм є значущою сферою діяльності для економіки Франції, яка займає перше місце в цій країні.

Туристська діяльність знаходиться в постійному зростанні, незважаючи на кон'юнктурні труднощі, туризм являє близько 7,5% національного валового внутрішнього продукту Франції, з 76 мільйонами відвідувачів в 2010, світове перше місце в питанні про туристичний напрямку.

У 2020, передбачається у Франції збільшення на 20% кількості туристів. У світовій економічній ситуації, яка, вже кілька років має тенденцію до погіршення, Франція залишається незважаючи ні на що першою країною в світі за кількістю туристів, яких вона зустрічає: 77500000 чоловік в 2002 і ріст в 2% передбачуваний в 2015, незважаючи на обережні оцінки міжнародної кон'юнктури. У прямих і непрямих робочих місцях, туризм являє більше 2 млн. найманих робітників, 30 000 чоловік знаходять роботу в цій галузі щороку.

Але таке становище залишається німецьким, оскільки міжнародна конкуренція стає все більш і більш напруженою, одночасно всередині Європи, яка представляє понад 52% світових туристичних напрямків.

У світовому масштабі: на класичному продукті «сонце і море», з французьким пропозицією конкурують напрямки , які пропонують менш витратні умови. Конкуренція з боку Куби і Санто-Домінго наступає на Карибську зону.

Передбачається, що світовий туризм покликаний стрімко розвиватися в майбутньому. Для перемоги в запеклій конкуренції Франція повинна робити ставку на якість.

Індустрія туризму зазнала сьогодні найбільшого зростання серед усіх сфер світової економіки. Це помітне піднесення почалося 10 років тому.

Згідно твердженню Ради зі Світової Економіки і Туризму (*World Trade & Tourism Council*), 10 млн. нових робочих місць мають з'явитися протягом наступних 10 років, роблячи таким чином індустрію туризму найбільшим в світі роботодавцем наступного десятиріччя. Це стосується перш за все саме туристичного бізнесу, готельного господарства та ресторанного бізнесу. Тому підготовка спеціалістів європейського рівня є нагальною потребою у Франції.

На сьогоднішній день Франція займає одне з лідируючих місць у світовій туристичній індустрії. І саме завдяки продуманій системі керування і розвитку вона досягла цього високого рівня. У 2013 році Франція посіла перше місце у світі за валовим обсягом наданих туристичних послуг, тому саме французький досвід має бути широко використаний на Україні.

Сьогодні надзвичайно актуальним є також питання наукового обґрунтування місця та ролі туристичної сфери в системі соціально-економічних пріоритетів регіонального і місцевого розвитку, розробки методології оцінки ефективності освоєння туристичного потенціалу, вироблення теоретичних основ формування регіональної туристичної політики та механізмів її практичної реалізації.

Необхідна розробка методології формування та механізму реалізації туристичної політики на національному, регіональному та місцевому рівнях в контексті досвіду одного з лідерів світового туристичного ринку – Франції.

Аналіз, проведений ВТО, свідчить, що в більшості країн світу державна туристична політика впроваджується безпосередньо через центральні органи виконавчої влади – національні туристичні організації, інші інститути, а також опосередковано за допомогою правових важелів, підтримки туристичної інфраструктури і міжнародної політики.



Туристична політика має характерні риси загальної політики держави. Разом з тим існують і деякі специфічні фактори, що впливають на її формування:

- природні умови країни;
- розвиненість транспортної індустрії;
- соціальні фактори (умови життя людей, система відпусток);
- економічні фактори (стабільні валютно-фінансові, зовнішньоекономічні відносини);
- правові фактори, пов'язані із створенням і функціонуванням туристичного законодавства.

За результатами дослідження виявлено, що механізм реалізації туристичної політики держави включає: складання цільових програм з розвитку туризму на рівні держави і регіонів; розробку конкретних заходів щодо досягнення поставленої стратегічної мети і державне регулювання розвитку туристичної галузі. Отже, державне регулювання розвитку туристичної галузі є одним з механізмів реалізації політики держави в галузі туризму.

Розвиток туристичної галузі характеризується позитивною динамікою змін кількісних та якісних показників туристичної галузі: збільшенням туристичних потоків, відрахувань у державний та місцевий бюджети, підвищенням рівня зайнятості в туристичній галузі тощо.

Туристична політика країн Європейського Союзу спрямована на

- координацію розвитку туризму країн-учасниць, зокрема на захист туристів і їхнього вільного пересування;
- гармонізацію правил діяльності в індустрії туризму;
- взаємне визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки кадрів туристичної галузі;
- розподілу відпускних періодів для зняття навантаження на туристичну індустрію в пікові сезони;
- регіональний розвиток туризму з метою його просування в нерозвинені регіони Союзу, що мають туристичний потенціал.

На думку автора, особливий науково-практичний інтерес становить аналіз різних аспектів державного регулювання туристичної галузі Франції, туристична індустрія якої є традиційним сектором економіки ще з початку ХХ сторіччя. На основі проведеного аналізу визначено, що принципами сучасної туристичної політики Франції є

- децентралізація, делегування повноважень органам місцевого самоврядування;
- підтримка місцевих ініціатив;
- розвиток усіх форм соціального туризму;
- принцип всебічної співпраці між владою, територіальними громадами та підприємцями в галузі туризму.

У Франції існують конкретні механізми партнерства між органами виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадськими організаціями та підприємницькими структурами щодо розвитку туристичної галузі, зокрема

- створення Національного комітету якості та товарних знаків у галузі туризму;
- реформування фінансової та податкової політики стосовно діяльності підприємств, які надають послуги щодо розміщення (готелі, хостели, туристичні бази);
- створення органами місцевого самоврядування і суб'єктами туристичної діяльності змішаних підприємств для управління такими важливими й складними в обслуговуванні об'єктами, як палаци, канатні дороги, розважальні центри.

Дослідники аналізують ключові інструменти державної підтримки соціального туризму Франції, зокрема такі, як

- розробка національної програми «Туризм для інвалідів», а також відповідних нормативних актів, спрямованих на підтримку та регулювання сфери туристичних послуг для людей з обмеженими фізичними можливостями;
- затвердження національного стандарту якості туристичного продукту для сімейного відпочинку як найбільш поширеного в країні;
- контроль цін на окремі туристичні продукти;
- введення системи відпускних чеків, введення та підтримка системи «культурних карток»; створення спеціальної туристичної інфраструктури для молоді тощо.

Таким чином, окремі елементи механізмів державного регулювання туристичної галузі Франції, ефективність яких перевірена часом та підтверджується конкретними досягненнями в розвитку туризму, доцільно використовувати для розвитку туристичної галузі України з урахуванням її історичних, правових і культурних особливостей.

З розвитком масового організованого туризму і переходом його на нову основу, що спирається на розвинуту туристичну індустрію і сучасні засоби транспорту, відбулися деякі зміни у формах організації міжнародного туризму.

Важливою особливістю сучасного етапу розвитку міжнародного туризму і зміни його організаційних форм є проникнення в туристичний бізнес транспортних, торгових, банківських, промислових, страхових компаній. Транспортні компанії надають як окремі види послуг, так і самостійно розроблені тури на основі готельної бази.

Такі фірми організують обслуговування на основі ділових відносин із готельними й іншими підприємствами на звичайних умовах туроператора.

Торгові фірми стали активно займатися реалізацією туристичних послуг приблизно з початку 70-х років. Це відноситься, в основному, до великих роздрібних концернів і до торгово-посилкових фірм. Річний об'єм продажів тижнів збільшився на 300%.

До 1994 року у світі було продано тайм-шерів на \$4 млрд. З ростом популярності тайм-шерів змінювалася і сама індустрія. Якщо в роки формування вона залучала в основному дрібних підприємців, то зараз нею займаються такі корпорації як «Хілтон», «Марріот», «Дісней», «Шератон», «Баррат», «Вамлі».

Сьогодні тайм-шер є однією з найбільше галузей індустрії відпочинку. Він вважається самою сучасною технологією в області між туризмом і нерухомістю. Європа займає друге місце по розвитку тайм-шера після США. Багато країн, що приймають туристів, розглядають тайм-шер як істотний елемент усієї системи організації відпочинку.

У більшості регіонів він розширює сезон канікул, сприяє тривалому економічному росту, поліпшує перспективи для інвестицій, підвищує зайнятість.

Індустрія туризму є дуже складною системою, ступінь розвитку якої залежить від ступеня розвитку економіки країни в цілому. Французькі фахівці зауважують, що функціонування економік індустріально розвинутих країн, з одного боку, робило об'єктивно необхідним зміцнення мирогосподарських зв'язків і ріст виробничих витрат на підприємницькі переміщення, а, з іншого боку, – створювало працівникам матеріальні можливості для досугових переміщень, у тому числі і за кордон. Просуванням образу Франції як туристичного центру на міжнародному ринку займається асоціація «Maison de la France», що виникла в 1987 році у результаті угоди про партнерство між місцевими адміністраціями, туристичними фірмами, готелями, адміністраціями об'єктів екскурсійного показу.

На даний час асоціація нараховує близько 800 членів. У штаті асоціації більше 200 співробітників, 31 його представництво працює в 26 країнах світу.

Керівний орган асоціації – Рада Директорів складається з 27 осіб (1/3 – чиновники з держапарату, а 2/3 – представники приватного бізнесу).

Діяльність асоціації на 60% фінансується з держбюджету.

В 2014 році субвенція, що передбачена в Законі про державний бюджет Франції для «*Maison de la France*», становить €29,3 млн.

На наступний рік ця сума повинна досягти €30,3 млн.

В 90-ті роки ХХ-го століття просування французького туристичного продукту на закордонні ринки відбувалося дуже успішно. Фахівці підраховали, що кожен вкладений у просування франк приносив 100 франків надходжень. Пріоритетними ринками для Франції за обсягом і потенціалом були Японія, США, Німеччина та Великобританія, надходження від яких становили половину всіх надходжень країни від міжнародного туризму.

Проте, одним з актуальних поглядів на туризм не тільки у Франції, а й в світі є визнання туризму як освітнього простору, в якому відбувається багатовекторний розвиток людини на основі загальнолюдських моральних та етичних принципів у межах регіональних та національних традицій в інтересах особистості, суспільства і держави.

Природно, що в цій галузі зосереджуються найрізноманітніші проблеми туризму, історії, філософії, соціології, екології, політології, культурології, економіки, права та інші.

Туризм є важливим та впливовим чинником «народної дипломатії», взаємозбагачення культур народів світу, позитивним фактором для охорони навколишнього середовища.

Таким чином, туризм поєднує в собі економічний, соціальний, гуманітарний, виховний і естетичний фактори. Туристичні послуги складають значну частину споживаних населенням послуг і мають специфічний соціально-оздоровчий характер, тобто відпочинок. Щорічно у туристичних поїздках бере участь третина населення Землі.

На долю туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту, і, за оцінками спеціалістів, його щорічний приріст буде складати не менше 4% аж до 2020 року, коли він стане провідною експортною галуззю у світі. У цьому, на нашу думку, полягає економічна практична значущість цієї сфери. Щорічно в цій сфері створюється близько 3 млн. робочих місць. До прикладу, на ринку робочих місць Європейського союзу 13% займає туризм. Приклади розвинених в туристському відношенні країн (Іспанія, Туніс, Італія, Греція, Франція, Австрія), де в секторі обслуговування працює від 20 до 50% зайнятого населення показують, що з трьох нових професій, як правило (особливо для молоді), дві можуть виникнути саме в туристській сфері.

Світ вступив в новий ХХІ століття, який прогнозується вченими як століття інформації, освіти, технологій, ресурсів, послуг. Нові технології в туризмі і суміжних галузях економіки сприятимуть різкому ривку в розвитку сфери подорожей.

ЮНЕСКО вже проголосило нинішній період часу століттям туризму. Статистичні дані свідчать про те, що галузь туризму буде рости і розвиватися. З кожним роком буде з'являтися все більше туристичних підприємств, а разом з ними – зайнятих у цій сфері.

Цій галузі економіки потрібні добре підготовлені спеціалісти, які у нових економічних умовах зможуть вирішувати поставлені перед галуззю проблеми.

Варто відзначити, що за останні десять років міжнародний туризм став одним з найважливіших секторів світової економіки. ВТО прогнозує 100% збільшення прибуттів туристів і обігу коштів в наступних 20 років, що, в свою чергу, спровокує необхідність великої кількості кваліфікованих фахівців в цієї області. І французькі освітні установи готові постійно здійснювати якісну підготовку таких фахівців.

На початку XXI століття туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки.

За результатами 2015 року, туристична галузь утворила 12 % світового внутрішнього продукту. Сьогодні туризм – найприбутковіша і найдинамічніше сфера економіки в світі, в якій зайнято понад 9% працездатного населення, тобто кожен десятий працівник.

На нього припадають 7% загального обсягу інвестицій, 11 % світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третина світової торгівлі послугами.

Туристична діяльність перебуває в постійному зростанні, незважаючи на кон'юнктурні труднощі, туризм представляє близько 7,5% національного валового внутрішнього продукту Франції, з 76 млн. відвідувачів в 2011, світове перше місце в питанні про туристичний напрямок. Туризм має вагомий вплив на такі галузі господарства, як транспорт, зв'язок, архітектура, будівництво, сільське господарство, народні промисли, торгівля, виробництво товарів народного споживання. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. За чисельністю працівників індустрія туризму також стала однією з найбільших у світі – в ній зайнято понад 260 млн. чоловік, тобто кожний 10-й працюючий.

Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад \$500 млрд. щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США.

Згідно з прогнозами експертів ВТО, на початку XXI століття обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 %. Як очікується, на перше місце за кількістю прийому іноземних туристів вийде Китай, який оголосив себе «туристським тигром» (137 млн. туристів без Гонконгу). За ним найбільшими країнами, що приймають туристів, стануть США, Франція, Іспанія, Італія, Велика Британія, Мексика, Гонконг, Росія, Чехія.

Туризм є вагомим джерелом створення робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві.

Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи.

За даними Міжнародної організації праці (МОП) витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства.

Традиційними лідерами Старого світу залишились Франція, Іспанія та Італія.

Значні темпи зростання демонструють США (8,7 % в порівнянні з 1999 роком). Вийшов у лідери і Китай, який з 12-го місця в 1990 році перемістився на 5-те у 2008 році.

Міжнародний туризм стає все більш важливим фактором економічного розвитку деяких регіонів. Він спонукає до бурхливого росту промислової активності. Ця перспективна галузь буде й надалі жваво розвиватись та залишатиметься провідною галуззю в сфері послуг країни. Міжнародний туризм як вид економічної діяльності має наступні особливості:

- на відміну від зовнішньої торгівлі заснований не на обміні товарами і послугами, а туристами, тобто живими людьми;
- туристичні послуги не мобільні, вони не можуть слідувати за покупцем і не підлягають зберіганню;
- в пропозиціях відсутня гнучкість.

Туризм, як багатогранна галузь, ввійшов в життя дітей і дорослих, міських і сільських жителів, людей розумової і фізичної праці. Він є однією з найперспективніших галузей світової економіки, важливою суспільною площиною спілкування людей.

Відповідно до даних всесвітньої туристичної організації, у 2011 році у світі було зареєстровано 776 млн. приїжджих туристів, а надходження від міжнародного туризму досягло \$872 млрд. (без обліку надходжень від міжнародного транспорту). У цілому об'єми валютних надходжень від туризму за період із 1950 по 2011 рік зросли в 150 раз.

Туристична діяльність у розвинутих країнах є важливим джерелом підвищення добробуту держави. У 2011 році США від реалізації туристичних послуг іноземним громадянам одержали \$778 млрд., Франція й Італія – по \$47 млрд., Іспанія – \$45 млрд.

В умовах, що створилися, ці питання представляються мені актуальними. В Австрії у 2011 році прямі доходи у ВВП від туризму склали 8,6%, а доходи в Іспанії – відповідно 6,8 і 18,2%; у Франції. – 4,1 і 10,9%; в Хорватії – 8,5 і 19,0%.

Дохід від міжнародного туризму у Франції (\$42,3 млрд.), що пояснюється коротшим перебуванням туристів у Франції: ті хто приїжджають до Європи прагнуть відвідати і сусідні, не менш привабливі країни. До того ж французький турист більше сімейний, ніж діловий, що також пояснює менші витрати туристів у Франції.

У 2011 році Францію відвідало близько 75,5 мільйонів туристів – абсолютний рекорд. Зовнішній баланс французького туризму позитивний: у 2011 році дохід від туризму склав €32,78 млрд., тоді як французькі туристи, що подорожували за кордон, витратили тільки €17,53 млрд. Туристична індустрія Франції надає їй біля 2 млн. робочих місць, та принесла в 2011 році \$30 млрд. іноземної валюти в країну.

Сьогодні не має жодної країни яка б так притягувала туристів як Франція.

Відсоткове співвідношення туристів: 73% з країн Європейського Союзу (головним чином Німеччина, Великобританія, Бельгія та Данія; американські туристи – 5,6%, трохи менше японські). Для визначення внутрішнього попиту застосовують такі показники: чисельність населення, ВВП (валовий внутрішній продукт) на душу населення, кількість місць проживання та інші. До країн із високим внутрішнім попитом належать Франція, Німеччина, Великобританія, Ірландія та ін. Отже, і міжнародні обміни найчастіше відбуваються між країнами, які мають подібні умови прийому та обслуговування гостей.

Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів.

Важливе значення має вклад туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів у країні і витратами резидентів цієї ж країни за кордоном. Таким чином, ми визначили економічні функції туризму та їх вплив на економіку.

І ще один дуже важливий фактор – вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище. Цей вплив може бути прямим, опосередкованим, позитивним і негативним.

Туризм не може розвиватися без взаємодії з навколишнім середовищем, але, керуючи цим розвитком, можна зменшити негативний вплив і збільшити позитивний.

Позитивний вплив включає охорону і реставрацію пам'яток природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема, це вплив на якість води в річках, озерах, морях та на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ, понівечення історичних пам'яток вандалами.

Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США.

Згідно з прогнозами експертів ВТО, на початку XXI століття обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 %.

Очікується зростання туристичного руху у світі з 700 млн. туристів щорічно до 937 млн. у 2016 році, за рахунок чого передбачається збільшення доходів до \$1100 млрд.

Як показують новітні дослідження, в сучасній економічній науці туристська галузь успішно розвивається останні 30 років. Більшою мірою своїм успіхом туризм зобов'язаний найширшій практиці використання всіляких інновацій в своїй сфері. Цифри і факти наочно показують, що такий розвиток туризму очікується і в найближчому майбутньому.

Вперше в історії число міжнародних туристських поїздок перевищила 700 млн.

Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть принаймні вдвічі. Тепер на міжнародному туристському ринку йде жорстка боротьба за споживачів туристських послуг. За прогнозованими оцінками ВТО і ЮНЕСКО, XXI століття має стати століттям туризму.

Індустрія туризму ставить своєю метою створення умов розваги, тобто сукупності явищ, від наявності яких залежить задоволення гедоністичних потреб людини. При цьому відбувається вплив на підсвідомі пласти психіки індивідуума: перебуваючи в пошуку розваги, людина відчуває тугу, занепокоєння, потім при зустрічі з насолодами він переживає відповідні емоції заспокоєння. Тут виробниками туристських послуг задіяний стандартний механізм дії масової культури – при зверненні до реципієнтів з недостатньо розвиненим інтелектуальним початком найчастіше використовуються такі пласти людської психіки, як інстинкти і підсвідомість. Однією з ціннісних установок суспільства споживання є здоровий спосіб життя, фізична активність індивіда.

Дослідник мотивації людської поведінки Е. Дічер пише, що, вирішивши проблему виробництва, люди «рушили далі, до задоволення нових потреб».

Вони хочуть подорожувати, здійснювати відкриття, бути фізично незалежними».

На Заході образ успішного бізнесмена часто асоціюється з мобільністю, подорожами і далекими країнами, що підтримується міфологізацією людської свідомості методами масової культури. Деякі види туристського відпочинку, такі як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають негативного впливу живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій та інше.

Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, у свою чергу, збільшує навантаження на навколишнє середовище. У контексті посиленої конкуренції та міжнародної економічної і політичної напруженості, французький туризм повинен протистояти новим викликам: прискорення світового туристичного зростання і політичного відкриття деяких нових регіонів. Тому країна фіксується на ринку нових напрямків по образу Китаю.

Південноамериканський континент і в майбутньому, ймовірно, буде грати суттєву роль в туристській політиці Франції.

Однак, з'являються і нові пріоритети: прибалтійські країни чи экс-радянські республіки Центральної Азії. У новому контексті глобалізації в численних екологічних, економічних, культурних та громадських наслідках, іноді, невизначених, держава виступає як гарант стійкого і довгострокового туристичного розвитку.

У силу цього, необхідно передбачити всі явища, які можуть мати вплив на туристичну діяльність, підтримуючи науковий пошук та прогнозування, розширюючи партнерство адміністрації з громадськими, приватними та асоціативними організаціями сфери туризму, і включаючи в різноманітні акції в європейському та міжнародному масштабі, що дозволить Франції зберегти її перше місце в світовому туристичному ранзі в світі.

Нова фаза децентралізації доручає головну компетенцію в питанні про туризм адміністративно-територіальним утворенням, лідером у якому буде регіон.

Передача бюджетних робочих місць і кредитів регіональних делегацій туризму повинна була б супроводити цей рух. Тим часом, держава продовжує здійснювати компетенцію, найчастіше у зв'язку з адміністративно-територіальними утвореннями.

Держава, враховуючи поперечну і міжвідомчу природу своєї нової компетенції та місії в галузі туризму, повинно зуміти також опертися, в регіональному плані, на адміністративного і технічного кореспондента послуг в національному аспекті туризму.

Туризм є значущою сферою діяльності для економіки Франції, так як мова йде про галузі індустрії, яка займає перше місце в цій країні.

А. Тоффлер у своїй відомій книзі «Футуршок» відзначає, що для постіндустріального суспільства «щорічні поїздки, подорожі і постійні зміни місця проживання стали другою натурою. Ми виховуємо нову расу кочівників, і мало хто може припустити розміри, значимість і масштаби їх міграції». Туризм виконує подібні з масовою культурою функції – задовольняє потреби людей у рекреації та релаксації в умовах постійного стресу. Механізм виробництва туристських послуг призводить до постійно розширюється сфері споживання, що представляє варіативний і безперервно обновлюваний набір туристичних продуктів.

Оперуючи базовими міфами, продукт набув символічного значення. Подорожі допомагають отримати максимум образів за мінімальний період часу, що є певною моделлю сприйняття навколишнього середовища в сучасному суспільстві.

Туризм виражає потреби сучасної людини в наростаючих темпах зміни образів реальності.

Туристи є не учасниками, а, скоріше, глядачами. При цьому вони повинні відчувати готовність проникнення в іншу культуру, в її смислову систему.

Ставши товаром, вираженим в послугі, масовий туризм набув загальносвітову значимість, граючи важливу роль у процесі формування «глобального світового порядку».

Але таке становище залишається німецьким, оскільки міжнародна конкуренція стає все більш і більш напруженою, одночасно всередині Європи, яка представляє понад 52% світових туристичних напрямків. А також, у світовому масштабі: на класичному продукті «сонце і море», з французькою пропозицією конкурують напрямки, які пропонують менш витратні умови. Конкуренція з боку Куби і Санто-Домінго наступає на Карибську зону.

Передбачається, що світовий туризм покликаний стрімко розвиватися в майбутньому.

Для перемоги в запеклій конкуренції Франція повинна робити ставку на якість.

Індустрія туризму зазнала сьогодні найбільшого зростання серед усіх сфер світової економіки. Це помітне піднесення почалося 10 років тому. Сьогодні надзвичайно актуальним є також питання наукового обґрунтування місця та ролі туристичної сфери в системі соціально-економічних пріоритетів регіонального і місцевого розвитку.

В методології оцінки ефективності освоєння туристичного потенціалу, вироблення теоретичних основ формування регіональної туристичної політики та механізмів її практичної реалізації.

Необхідна розробка методології формування та механізму реалізації туристичної політики на національному, регіональному та місцевому рівнях в контексті досвіду одного з лідерів світового туристичного ринку – Франції. Важливою особливістю сучасного етапу розвитку міжнародного туризму і зміни його організаційних форм є проникнення в туристичний бізнес транспортних, торгових, банківських, промислових, страхових компаній.

Транспортні компанії надають як окремі види послуг, так і самостійно розроблені тури на основі готельної бази. Такі фірми організують обслуговування на основі ділових відносин із готельними й іншими підприємствами на звичайних умовах туроператора.

Торгові фірми стали активно займатися реалізацією туристичних послуг приблизно з початку 70-х років. Це відноситься, в основному, до великих роздрібних концернів і до торгово-посилкових фірм. Річний об'єм продажів тижнів збільшився на 300%.

Пріоритетними ринками для Франції за обсягом і потенціалом були Японія, США, Німеччина та Великобританія, надходження від яких становили половину всіх надходжень країни від міжнародного туризму. Проте, одним з актуальних поглядів на туризм не тільки у Франції, а й в світі є визнання туризму як освітнього простору, в якому відбувається багатовекторний розвиток людини на основі загальнолюдських моральних та етичних принципів. Цей розвиток діє у межах регіональних та національних традицій в інтересах особистості, суспільства і держави.

Природно, що в цій галузі зосереджуються найрізноманітніші проблеми туризму, історії, філософії, соціології, екології, політології, культурології, економіки, права та інші.

Туризм є важливим та впливовим чинником «народної дипломатії», взаємозбагачення культур народів світу, позитивним фактором для охорони навколишнього середовища.

Таким чином, туризм поєднує в собі економічний, соціальний, гуманітарний, виховний і естетичний фактори. Туристичні послуги складають значну частину споживаних населенням послуг і мають специфічний соціально-оздоровчий характер, тобто відпочинок, можливість розвитку особистості, пізнання історичних і культурних цінностей, заняття спортом, участі в культурно-масових заходів та ін. В результаті у свідомості людей відображаються шари різних культур. Це змінило фундаментальні ціннісно-культурні стереотипи.

У Франції зосереджена величезна кількість культурних цінностей, практично кожне місто, а іноді й невеликі села, являють собою дійсні музеї історії й культури.

Розвиток туризму сприяв створенню потужної індустрії гостинності – сукупності готелів та інших засобів розміщення, різних видів транспорту, об'єктів громадського харчування, закладів відпочинку та розваг тощо. Туризм в певному сенсі означає схвалення співіснування культур в індивідуальному досвіді, що, перш за все, означає готовність до взаємодії, прагнення до плюралізму, а не до одноманітності.

XX сторіччя стало часом становлення єдиної загальнолюдської культури, і взаємозбагачення її національних форм відбувалося багато в чому завдяки обміну соціокультурною інформацією між мандрівниками. У підсумку змінилася модель особистості, замкнута статична особистість людини індустріального суспільства стала мобільною і динамічною.

1.2. Понятійно-термінологічний апарат дослідження проблем підготовки фахівців для сфери туризму Франції

Специфікою нашого дослідження є теоретико-методологічні основи порівняльно-педагогічного аналізу підготовки фахівців сфери туризму у Франції. Підготовка фахівців сфери туризму є політичним, економічною, соціальною і культурологічною вимогою суспільного розвитку, має глибоку системну багатоплановий характер, є продовженням кращих історичних традицій педагогічної думки на сучасному етапі розвитку суспільства.

Мета підготовки професійних кадрів туризму – формування духовності, високих морально-етичних якостей особистості майбутнього фахівця, який повинен мати глибокі теоретичні знання і необхідні навички практичної діяльності для вирішення психологічних, соціальних та економічних конфліктів, породжених науково-технічною революцією.

Користуючись порівняльно-педагогічним методом дослідження, ми керувалися принципами цілісного підходу до вивчення педагогічного процесу, полікультурності, безперервності освіти, порівняння педагогічних явищ. З цією метою необхідно визначити той понятійно-категоріальний апарат для дослідження даної проблеми. З одного боку, він включає в себе основні поняття, пов'язані з туризмом безпосередньо, з іншого боку – це поняття, що відносяться до галузі філософії, педагогіки, психології в їх професійному аспекті.

У всьому світі загальноновизнано значення теоретичного усвідомлення туризму – цій могутньої соціоекономічної освіти людства, розгалуженої індустрії, спрямованої на задоволення благородних потреб людини в подорожах, метою яких є ознайомлення зі світом культури, історією та побутом, як власної країни, так і інших народів, організація змістовного відпочинку, встановлення ділових, наукових та інших міжособистісних контактів, які утворюють сучасне соціальне простір цивілізованого буття людей.

Ці аспекти феномена туризму вдало відображені в ряді статей видних філософів і педагогів. Ця проблема постає як важлива складова загального питання – створення теорії туризму («туризмологія») – специфічної соціоекономічної і соціогуманітарної дисципліни. Вона носить синтетичний характер і характеризується розгалуженими міжнауковими зв'язками. На необхідність розробки «туризмології» вказувалося на Міжнародному форумі АМФОРТ (2000). Його учасники – французькі теоретики туризму Серж Перро та Жан Мішель Оернер – підкреслюють, що мова йде не тільки про різні підходи до теоретичних досліджень туризму, – «теоретичні моделі туризмології», – але й разом з тим про те, щоб теорія туризму сприяла розвитку туристичної індустрії.

При цьому наголошувалося, що сама ця індустрія розуміється широко – як соціальна так індивідуальна діяльність, яка охоплює найрізноманітніші області та форми суспільної культури. Акцентований інтерес до теоретичної рефлексії туризму спостерігається, починаючи з 30-х років ХХ-го століття.

В роботах Д.Небеля, Л.Фостера, А.Фарбера, Д.Рісона пропонується осмислення психологічних мотивів подорожей, поміщаються міркування щодо ідеологічної та історичної природи дозвілля. У 70-х – 90-х роках починають діяти спеціалізовані науково-дослідні центри туризму, світ побачив цілий ряд професійних видань – «Journal of Travel Research», «Annals of Tourism Research», «The Journal of Tourism Studies».



Проблематика туризму, в тому числі в її «гуманістичному аспекті», що має особливе значення, активно розробляється в роботах Американської Антропологічної Асоціації «Соціологія міжнародного туризму». Міжнародна Академія туризму (Монако) приділяє велику увагу проблематиці понятійного апарату туризму, туристської лексики і фразеології, уніфікації та перекладу туристських термінів та текстів.

Змістовний досвід розробки різних аспектів теоретичної рефлексії туризму широко представлений у публікаціях Інституту туризму (Варшава) та Вищої школи туризму і готельного господарства (Гданськ – роботи А.Гаворецької, С.Боруцака, Ф.Левандовської).

Солідний внесок у справу створення туризмознавства належить вченим Російської Міжнародної Академії туризму (В.Квартальнов), Білоруського державного економічного університету (А. Дурович). Одним з чинників, який стимулює створення туризмології, є тенденція аналізу розуміння туризму як суто «індустрії подорожей і відпочинку», надання цього розуміння «людського виміру». Таке тлумачення даного поняття передбачає акцент на світоглядному, культурному, пізнавальному, етичному, комунікативному значенні туризму як специфічного соціального інституту і феномена загальнолюдської культури.

В цьому аспекті головним об'єктом туризмознавства є не готелі, кемпінги, туристські бюро та агентства, а людина, яка подорожує.

Термін «**туризм**» з'явився у Франції у ХУШ ст. У перекладі з французької мови дослівно означає: «мандрівки заради задоволення»; а турист – ця людина, яка здійснює мандрівку. Деякі дослідники вважають, що цей термін має англійське походження і з'явився у ХІХ столітті. Оскільки англійська і французька мови ґрунтуються на латині, то можна погодитись, що слово «туризм» походить від латинську «*turnus*», що в перекладі означає: «рух по колу». Підтвердженням «англійської версії» походження слова «туризм» можна вважати той факт, що на кінці ХІХ ст. в Англії побачила світ книга «*Anecdotes of English language*», в якій мандрівник був назван туристом. Альо приблизно в тій же рік у Франції вийшов словник французької мови, який включав визначення туризму.

Отже, якщо на кінці ХІХ ст. слово «туризм» було введено в літературний об'яг, то у реальному житті воно з'явилося і почало використовуватися, вочевидь, ще у ХVІІІ столітті.

Пізніше, у 1838 році вийшли написані відомим французьким письменником Ф. Стендалем «Спогади туриста», що дає підстави деяким дослідникам вважати Ф. Стендаля «хрещеним батьком» слова «турист». У другій половині ХІХ ст. слово «туризм» увійшло до багатьох мов народів світу. Згідно з визначенням ВТО, туризм є похідним від французькою «**tour**» (прогулянка, поїздка) і являє собою подорож у вільний час, один спектр поліграфічних видів активного відпочинку. Подорож – одне з ключових понять тезаурусу туризмознавства: «рід діяльності, яку ми називаємо туризмом, включає в себе організацію подорожей та індустрію гостинності». Подорож – це пересування людей у просторі та часі. Подорожі можуть мати характер військових походів, масових міграцій, наукових експедицій, туристичних мандрівок та інших типів пересувань людей на значні відстані.

В залежності від мотивів і особливостей подорожі, люди, які їх здійснюють, можуть називатися моряками, прочанами, комівояжерами, туристами, і т. д. На значення поняття «подорож» вказують і французькі теоретики: «Так само, як географія знайшла єдність в території, туризмологія повинна знайти свою єдність у подорожі. Але подорож – це лише одна з форм діяльності людини, прояв його способу життя ». Існує багато поглядів на туризм як на галузь господарства, так и на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт.

За Н. Ф. Реймерс, туризм – це будь-яка подорож з метою відпочинку и знакомства з новими регіонами й об'єктами, а О.О.Бейдик дає наступне пояснення цього терміна: туризм – це форма масових подорожувань та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями. Як бачимо, будь-яке визначення поняття «туризм» виключає момент отримання прибутку під час туристичної подорожі. Туризм є популярною формою організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни.

Туризм можна розглядати в широкому і вузькому значенні. В широкому розумінні до туризму належить будь-який маршрут вашого переміщення у просторі, який виходить за межі буденності або за рамки повсякденних справ.

Щоденні поїздки з дому на роботу і з роботи додому, до туризму не відносять, а постійні виїзди на рибалку чи в ліс – уже туризм.

У вузькому значенні туристичними вважають всі спеціально організовані маршрути по переміщенню громадян, які здійснюються за їх рахунок, окрім переміщень, пов'язаних із виконанням професійних обов'язків. Фактично туристичною діяльністю, у вузькому значенні, займаються спеціальні організації (туристичні фірми, бюро, агентства), які в загальному називаються суб'єктами туристичної діяльності.

Суб'єкти туристичної діяльності обслуговують людей (туристів), які тимчасово виїхали зі свого постійного місця проживання.

Отже, турист – особа, яка здійснює подорож у межах своєї країни або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування метою, на термін від 24 годин до шести місяців, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

Соціологія туризму, об'єкт якої – туризм як суспільний феномен – під різним кутом зору досліджується сумісними науками.

За визначенням російського дослідника туризму М.Б. Біржакова, екологія туристичної галузі розглядається як наука про взаємовідносини людського суспільства та його діяльності в сфері туризму та оточуючому середовищі. Структуру загальної теорії туризму утворюють зокрема такі розділи, як «історія туризму», «економіка туризму», «соціологія туризму», «педагогіка туризму» «психологія туризму».

Особливе значення для створення «**туризмології**» має поглиблена робота над термінологічним визначенням специфіки феномена туризму. Неточність понятійного апарату, неузгодженість термінів і визначень, довільність трактувань багатьох категорій істотно позначається на змісті туристської статистики, офіційної звітності, яка може аналітично відобразити відповідне дійсності стан туризму в нашій країні.

Теорія туризму (туризмологія, туристика, туризмознавство) ставить перед собою мету в системно-структурному вигляді відобразити феномен туризму, всі його складові.

Рефлекторно туризм являє собою, духовне і соціокультурне явище, своєрідну проекцію багатогранного буття людини, вираз його суспільної сутності.

Крім того, туризм, особливо міжнародний, сприяє привнесенню з туристами із цивілізованих країн і регіонів освітніх і культурних цінностей цих цивілізацій. Відбувається латентне виконання туризмом освітньої функції шляхом неформальної комунікації.

Використання «людиновимірною» підходу до вивчення туризму дозволяє розглядати його як специфічний вид життєдіяльності людини поряд з деякими іншими.

Проте як такий, що спонукається не зовнішніми по відношенню до людини обставинами, а внутрішніми, пов'язаними із її потребами та бажаннями.

Певні спроби щодо використання цього підходу вже можна зустріти в науковій літературі. Фактично подібний підхід було використано і при розробці Глобального етичного кодексу туризму. Представники психологічної галузі знань цілком виправдано вважають, що туризм у своїй суті є соціальним, психологічним феноменом.

Туризм як частина значимої поведінки людини стосовно соціального контексту вимагає рівня аналізу, відмінного від розглянутих раніше. Адже психологічні дослідження дозволяють не тільки визначити різницю між людьми, але вони по суті враховують особливості соціальної природи місць, в яких ці процеси відбуваються.

Не можна не погодитись із М.Б. Біржаковим стосовно того, що без вивчення і розуміння мотивації бажань клієнта неможливо правильно побудувати тур і запропонувати його на ринку споживача. Головне задовольнити бажання клієнта, забезпечивши йому позитивну гаму туристських вражень та емоцій. За таких обставин в психологічній галузі знань виникла потреба в концептуалізації галузевої психології – психології туризму.

Психологія туризму, вважає український психолог О.М. Лукашевич, вивчає соціально-психологічні феномени в туризмі, їх вияв та формування в особистості туриста, туристській діяльності, соціально-психологічні особливості туристської групи та управління сферою туризму. Об'єктом вивчення є туризм як соціальний інститут, туристська діяльність як соціальний процес, особистість туриста з характерними їй психічними властивостями, туристська група як різновид соціальної групи та психологічні особливості управління сферою туризму. Не менш важливі є соціальні функції туризму, особливо якщо розглядати туризм як форму розумового та фізичного виховання, що реалізується через гуманітарно-соціальні функції, основними з яких є:

- *виховна* – формує відчуття патріотизму, колективізму, моральних та етичних цінностей;
- *освітня* – поповнює та закріплює знання з питань краєзнавства, природознавства, топографії, рекреації; знайомство з культурою і традиціями країн і народів світу;
- *оздоровча* – оптимальний режим фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та громадської гігієни, розвиток адаптивних можливостей, підтримка організму на належному рівні фізичної підготовки;
- *спортивна* – створення бази загальної фізичної підготовки, досягнення максимальних результатів у спорті, спеціальна підготовка до змагань.

Французький внутрішній ринок туризму відмінний від внутрішнього ринку туризму іншої Західної Європи. По-перше, дуже невелика кількість французів проводять свою відпустку за кордоном (приблизно 18% на рік). По-друге, тут існують виражені піки відпускних періодів: шкільні канікули в липні і серпні, короткі різдвяні канікули, канікули в лютому і під час паски. По-третє, французи воліють подорожувати на автомобілях (81% усіх внутрішніх туристів). По-четверте, більшість мандрівників – це міські жителі.

Близько 50% французів проводять відпустку влітку на узбережжі, 25% – в сільській місцевості, 17% віддають перевагу гірським курортам.

Взимку картина змінюється, і на узбережжі відпочивають лише 17% французів, 28% – в сільській місцевості і 40% їдуть у гори. Що стосується виїзного туризму, то тільки 5% французів подорожують по покедж-турам і 6% – авіатранспортом.

У літній період особливою популярністю користуються сусідні Іспанія й Італія (разом 40% літніх подорожей). У 2011 році Іспанія прийняла 18 млн. туристів із Франції, а Італія – 17290000 туристів.

Останнім часом французи вибирають подорожі в такі віддалені регіони, як США, Азія, Французькі острови Карибського басейну і Французька Полінезія. Найбільше число ділових подорожей приходиться на Німеччину і Великобританію.

Кількість іноземних туристів у Франції за 1980-2011 роках значно зросла, з 29 до 155 млн. осіб. Одним з основних генеруючих ринків для Франції є Німеччина, звідки прибуває близько 25% гостей, а їх кількість за той же десятиліття збільшилася з 8,4 до 13,4 млн. осіб. За нею йдуть Великобританія, Бельгія, Італія, Швейцарія, Нідерланди, Іспанія. Туристи, які прибувають до Франції, воліють відпочивати на Французькій Рив'єрі: 35 млн. туроднів в готелях і туристських таборах в рік. Далі йдуть Париж (15500000 туроднів в готелях), Альпи, Аквітанія і Лангедок-Руссільон. 1990-і роки з підписання Маастрихтських угод, згідно з яким туризм вперше розглядався як одна з форм інтеграції європейських країн. Потім пішов ряд інших загальноєвропейських документів, уточнюючих, що розвивають і зміцнюють співробітництво між ними в галузі туризму.

У 2001 році Європейська Комісія прийняла документ «Спільний підхід до майбутнього європейського туризму», який закріпив головні напрямки співробітництва:

- складання і реалізація європейського «Плану дій на XXI ст. в галузі туризму»;
- вдосконалення статистичного обліку в туризмі і перехід на туристські сателітні рахунки, розроблені Євростатом;
- визначення індикаторів якості в туризмі;
- обмін передовим досвідом;
- забезпечення доступності туристських послуг особам з обмеженими фізичними можливостями.

Виходячи з цього, можемо розглядати туризм і як популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни.



Крім великих корпорацій, у дійсний час одержали широкий розвиток готельні комплекси, що дають туристам послуги не тільки по їх розміщенню, але і широкий комплекс інших послуг, наприклад, харчування в ресторані при готелі, надання залів для проведення нарад, придбання квитків на транспорт, виклик таксі, екскурсійне обслуговування, організація розваг, торгівля сувенірами й іншими товарами.

Найбільші готельні комплекси об'єднуються через автоматизовані системи керування і розподілу готельного фонду в так називані «ланцюги», що дозволяє швидко і точно враховувати кожну індивідуальну угоду і з мінімальними витратами часу робити резервування місць у готелях, на транспорті без затримки видавати всю розрахункову документацію і здійснювати платежі.

Усього у світі нараховується біля ста таких готельних «ланцюгів» із загальним числом номерів 1,6 млн. Головні з них – «Holiday Inn», «Sharaton», «Hilton», «Intercontinental».

Структура організації і керування туристичної фірми визначається задачами і стратегією компанії. За цілями поїздки туризм класифікується на:

- *курортний туризм* із метою відпочинку і лікування;
- *екскурсійний туризм* – знайомство з природними, історичними і культурними визначними пам'ятками;
- *діловий туризм* – для проведення ділових переговорів;
- *науковий туризм* – знайомство з досягненнями науки і техніки, участь у конгресах, конференціях і т.п.

По чисельності учасників розрізняють груповий і індивідуальний туризм. При виборі свого сегмента на ринку туристичних послуг аналізуються наступні чинники:

- *Цілі поїздки*: відпочинок бізнес, навчання, шопінг.
- *Географічні чинники*: відпочинок на морі, розваги, інтерес до культурних і архітектурних цінностей.
- *Вікові і сімейні групи*: школярі, студенти, дорослі, сім'я без дітей або з дітьми.
- *Економічні потреби і престиж*: економія часу і зусиль при досягненні комфорту.

Процес створення будь-якої туристичної програми починається з розробки загальних цілей, вироблення попередніх прогнозів, заснованих насамперед на вивченні попиту споживачів і пропозиції конкурентів. Турист купує також і гарантії надання визначених видів послуг і самої направляючої фірми. Франція є однією з найбільш високорозвинених країн світу. Потужна індустрія і високотехнологічне виробництво дозволяють Франції створювати туристські проекти будь-якої складності і капіталоемності.

Після Другої світової війни Франція відразу ж стала докладати зусиль до залучення іноземних туристів. Для цієї мети був розроблений і здійснений цілий ряд заходів. Франція стала першою країною в Європі, яка проголосила політику «відкритих дверей».

Був введений «туристський курс» обміну іноземної валюти. При проїзді по залізниці іноземним туристам надавалася знижка. Але, незважаючи на пільги, Франція була однією з найбільш «дорогих» країн для туристів. Саме з цієї причини з 60-х років намітилася тенденція скорочення тривалості перебування іноземних туристів у Франції.

Одночасно з цим значно більше французів стало від'їжджати за кордон, зростання туристичних витрат був вище, ніж приріст доходів від міжнародного туризму. Погіршення економічних показників туризму стало викликати серйозне занепокоєння уряду та ділових кіл Франції. В програмі економічного і соціального розвитку на 1966-1970 роки був відведений спеціальний розділ заходам із заборони зростання дефіциту туристського балансу.

Розроблено ряд заходів на залучення іноземних туристів і скорочення виїзду французьких туристів за кордон. Відкрилися нові навчальні заклади з підготовки кадрів для індустрії туризму, багато уваги і засобів приділялася поліпшенню автомобільних доріг.

В кінці 60-х років був прийнятий і реалізований план розвитку прибережного та сільського туризму на південно-західному узбережжі Франції.

У 1967 році в Парижі було засновано «Товариство з розвитку національного туризму» з метою відволікання французьких туристів від поїздок за кордон.

У 70-80-і роки в'їзний туризм у Франції розвивався досить швидкими темпами.

У 1985-1994 роках середньорічний приріст туристських прибуттів становив 4,7%, а доходів – 13,1%. В даний час Франція має позитивне туристичне сальдо.

У країні створена сучасна індустрія туризму. У Франції, наприклад, на частку 13 найбільших туристичних корпорацій доводиться 50% реалізованих турів.

Після прийняття Шенгенської угоди та скасування візового режиму між країнами Об'єднаної Європи все більше туристів воліє відвідувати Францію в уїк-енд, а тривалі відпустки проводити в інших країнах.

Історія туризму – це наука, яка вивчає подорожі та туризм, чинники їх появи та розвитку в суспільстві з найдавніших часів до наших днів. Історія туризму в своїх дослідженнях спирається на допоміжні історичні дисципліни: археологію, палеографію, нумізматику, етнографію.

Історія подорожей і туризму тісно пов'язана з історією культури, яка показує логіку розвитку культури, вивчає характерні культурні риси різних епох і відповідні типи та моделі «людини, яка подорожує». Історичний підхід до вивчення туризму здійснюється з метою виявлення основних етапів його становлення і логіки розвитку. Здійснити це можливо шляхом вивчення передісторії туризму в різних культурах і епохах, тобто розвитку систем гостинності, історії транспорту, ментальності.

Важливо прослідкувати, як впливали подорожі на розвиток культури і науки, та як особливості духовної культури змінювали, в свою чергу, мотиви і характер подорожей.

Історія подорожей і туризму як наука має свій понятійний апарат. Основними термінами цієї науки є: *подорож, мандрівник, прочанство, пілігрим, туризм, турист, туристична послуга, туристичні ресурси, туристична індустрія, тур, гостинність*.

Оскільки наука про туризм знаходиться в стадії формування, то зустрічаються різні тлумачення термінів, часу їх появи у вжитку та походження. Розглянемо найважливіші поняття в історії туризму: «подорож», «прочанство», «туризм», «гостинність».



В розгляді історії подорожей і туризму неможливо оминати явище, яке позначається терміном «прочанство» – це подорож з метою здійснення релігійних призначень та поклоніння святинам певної релігії. Одним із важливих понять, які застосовуються в історії подорожей та туризму, є «гостинність». Здійснення подорожей було б неможливим, якби мандрівникам ніде було зупинитися на ночівлю та отримати харчування.

Термін «гостинність» походить від давньофранцузького слова «hospise», що означає: «будинок для подорожуючих».

В наш час під гостинністю розуміють сукупність засобів розміщення, харчування і розваг для туристів, а також традиції прийому гостей в різних культурах.

Туризм (як національний, так і міжнародний) – продукт тривалого історичного розвитку. Передумови його появи лежать у далекій давнині. Як відомо в історії розвитку туризму ми розрізняємо чотири етапи:

- до початку XIX століття – передісторія туризму;
- початок XIX століття – початок XX століття – елітарний туризм, зародження спеціалізованих підприємств з виробництва туристичних послуг;
- початок XX століття – до початку Другої світової війни – початок становлення соціального туризму;
- після другої світової війни – сучасний етап – масовий туризм, формування туристської індустрії як міжгалузевого комплексу по виробництву товарів і послуг для туризму. В основу даної періодизації покладені наступні критерії: техніко-економічні передумови; соціальні передумови; цільові функції туризму на різних етапах розвитку.

Сучасний туризм – явище, з одного боку, так як масовим він став лише після Другої світової війни, з іншого боку, туризм має глибокі історичні корені, бо подорожі відомі людству з найдавніших часів.

Вже в стародавні часи народи Середземномор'я мали у своєму розпорядженні географічними описами, які давали загальні уявлення про сусідні території.

В античні часи основними мотивами подорожі були торгівля, освітні цілі, паломництво, лікування. Для розвитку обміну і торгових зв'язків були потрібні достовірні і докладні відомості про країни, їх населення та звичаї. На великих і міцних кораблях йшли у відкрите море фінікійці. Прокладаючи шляхи в невідомі краї, вони виходили за межі басейну Середземного моря, плавали уздовж західних берегів Європи і Африки.

З метою вивчення нових територій відправлялися в далекі подорожі старогрецькі учені (Геродот – V століття до н.е.) і дослідники інших країн (Піфей – IV століття до н.е.).

В Древній Греції зародилися й спортивні поїздки: щорічно на Олімпійські ігри стікалися тисячі спортсменів, любителів спорту і шанувальників мистецтв не тільки з Еллади, але і інших держав Середземномор'я.

До цього періоду відноситься і споруда спеціальних великих будинків, в яких могли розміститися і відпочити атлети і глядачі.

Нагромаджені до початку нашої ери географічні дані про різні країни якнайповніші були висловлені Страбоном (63 рік до н.е. – 20 рік н.е.) і Клавдієм Птоломеем (90-168 рік н.е.).

Велика рухливість була характерна для населення Стародавнього Риму.

Найчастіше для римлянина з багатой сім'ї поїздка до Греції була пов'язана з необхідністю поповнити свою освіту. В період розквіту Римської імперії подорожі до Греції стала набувати розважального характеру.

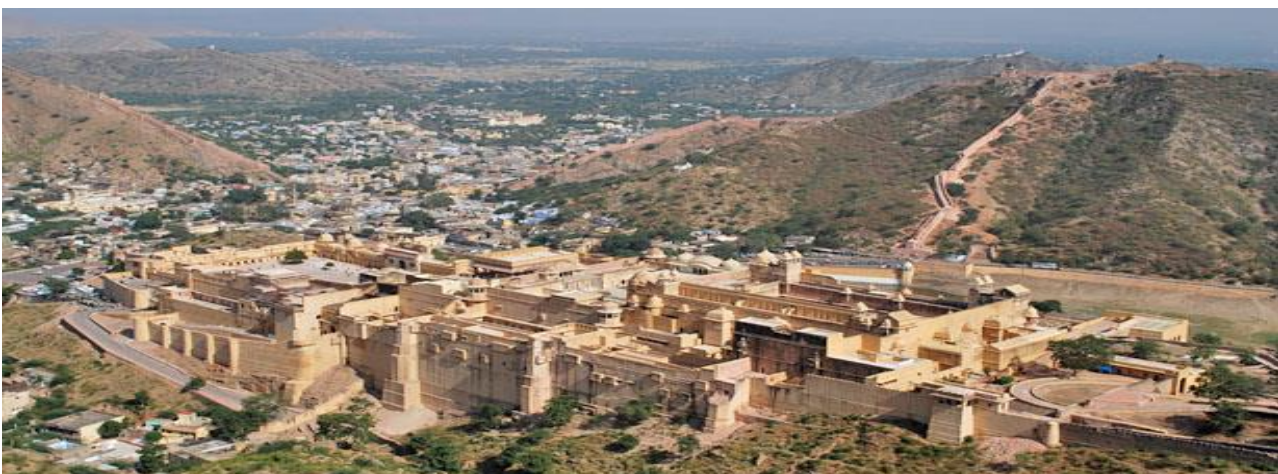
Особливо охоче відвідувалися місця з теплими мінеральними джерелами.

Переміщення багатих мандрівників вимагало відповідної організації їх відпочинку.

Ще в першому столітті до нашої ери в Римській імперії виникли державні заїжджі двори, що знаходилися один від одного на відстані одного дня їзди на коні. Вони розташовувалися в містах і на головних дорогах, по яких проїжджали кур'єри і державні службовці з Рима, аж до Малої Азії і Галії.

Величезна заслуга у подальшому розширенні пізнання людиною навколишнього світу належить також арабським мандрівникам VII-XI століттях, серед яких найбільш відомий купець з Басри Сулейман, який побував у Китаї, Індії та інших країнах.

В середні віки посилюється релігійний фактор подорожі – поклоніння святинам християнства і мусульманства. Однак, незважаючи на різні цілі походів і подорожей, всі вони об'єктивно розширювали географічні пізнання людини.





Найбільш масове пересування людей в Європі було пов'язане з хрестовими походами, які робилися європейськими лицарями і слідуючими за ними купцями в цілях захоплення чужих багатств і територій. Вслід за ними рухалися на схід священики і паломники у супроводі незліченних натовпів бродяг і знедолених.

Епоха Ренесансу і Просвітництва слабшає релігійні мотиви і підсилює індивідуальний характер і освітню спрямованість поїздок. Представники привілейованих класів в середні століття подорожували до цілющих джерел.

Молоді дворяни нерідко оправлялись в своєрідний «гран-тур» по Європі, перш ніж вступити на терені професійної або політичної діяльності.



В Англії, наприклад, маршрут такої подорожі починався в Лондоні, вів до Франції з тривалим перебуванням в Парижі, потім – до Італії: Генуя, Мілан, Флоренція, Рим.

Зворотний шлях пролягав через Швейцарію, Німеччину, Нідерланди.

У міру посилення суспільних позицій третього стану його представники в XVIII столітті – початку XIX століття все частіше вживають аналогічні освітні тури.

Однак, незважаючи на різні цілі походів і подорожей, всі вони об'єктивно розширювали географічні та наукові пізнання людини. Створювалися передумови для великих географічних відкриттів кінця XV століття – другої половини XVII століття.

Число невідкритих географічних місць на карті миру неухильно скорочувалося.

Докладні описи видимих річок, морів, материків і країн залишили Афанасій Никітін, Марко Поло, Васко де Гама, Христофор Колумб.



I етап – до початку XIX століття – передісторія туризму. Відмінними характеристиками подорожей до середини XIX століття були: примітивізм засобів пересування; те, що подорожі було не самоціллю, а необхідною умовою і засобом до досягнення власне мети, як то: торгові справи, розширення освітнього кругозору, лікування, паломництво. Всі мандрівників об'єднувало те, що вони ставилися до меншості, який займав привілейоване становище в суспільстві. «Маленька людина» залишалася осторонь.

Найважливішу роль у розвитку туризму відіграли революційні зміни в розвитку транспорту: винахід пароплава Фултон в 1807 році, паровоза – Стефенс в 1814 році.

Вдосконалення поштової зв'язку, що супроводжувалося розширенням мережі доріг у Європі. Все це зумовило більше надійності і швидкості пересування при зниженні витрат на подорожі. Внаслідок масового напливу переселенців з старого Світу до Америки бурхливими розвивається морське сполучення, в середині XIX століття виникають великі пароплавні компанії. Науково-технічний прогрес і соціальна боротьба трудящих, а також зростаючий добробут суспільства зумовили поступове зменшення робочого часу на користь вільного: введення гарантованих неоплачуваних, а згодом і оплачуваних відпусток (В Німеччині вперше відпустки були встановлені законом про державних службовців у 1873 році). Підвищення якості та надійності транспортних перевезень у сукупності з їхнім здешевленням. Поступове скорочення робочого часу зумовили істотне збільшення потоків подорожуючих. Відповідно виникли перші підприємства, що спеціалізувалися на обслуговуванні тимчасових відвідувачів. На зміну скромним пансіонам і «кімнатам для гостей» в будинках священнослужителів, в монастирях і релігійних місцях приходять перші готелі.

У 1812 році в центральній Швейцарії вступає в дію готель «Риги-Клестелі», в 1832 році – Готель в місті Фаульхорн. У 1801 році в Німеччині відкривається першокласна готель «Бадіше Хоф» у Баден-Бадені, 1856 році в Швейцарії – «гранд-готель Швайцерхофт» в місті Інтерлакені. У Німеччині на рубежі XVIII–XIX століть виникають перші курорти мінеральних вод – в Хайлігендаммене, Нордернее, Травемюнде.

Як зазначає швейцарський дослідник туризму професор К.Каспар: «У цей період становлення туризму будувалися в першу чергу розкішні готелі, які обслуговували представників аристократичних кіл», «нового дворянства», «вищого офіцерства».

Залежно від пори року еліта або перебувала на французькій або італійській Рив'єрі, або відпочивала на термальних курортах в Швейцарії і Німеччині, або починала тривалі подорожі в Північну Африку, Єгипет, Грецію.

У другій половині XIX століття індустрії відпочинку розширює сферу свого виробництва: до підприємств готельного господарства додаються перші бюро подорожей, у завдання яких входило організація туристичних поїздок і реалізація споживачеві.

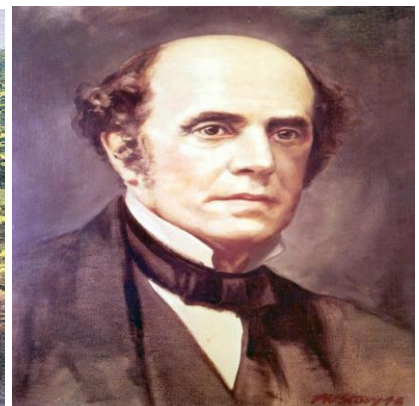
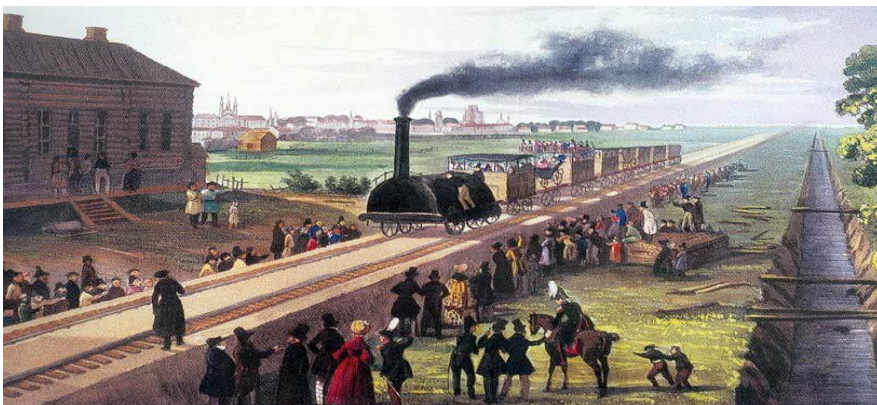
Хрестоматійним періодом першого пекідж-туру – комплексу туристичних послуг, продаваного за єдиною ціною – є груповий тур на відпочинок, організованого англійцем Т.Куком в 1841 році. Комплекс послуг включав в себе двадцятимильну поїздку по залізниці, чай і булочки в поїзді, духовий оркестр. Все поїздка, в якій взяли участь 570 чоловік коштувала кожному з них 1 шилінг. Цікаво, що Т.Кук переслідував при цьому скоріше соціальні, ніж комерційні цілі.

Будучи головою місцевої спілки непитущих, він прагнув подібною акцією привернути увагу до можливостей доцільного використання вільного часу і знайти нових прихильників для керованого ним союзу. Так чи інакше, ідея прижилася, і в наступні 20 років в Англії виникла безліч нових бюро подорожей. Починаючи з 1862 року з'являються і перші каталоги туристичних поїздок, що відобразив процес розширення туристичного попиту. У Німеччині перше бюро подорожей – «Райзебюро Штанген» – було засновано в Бреслау в 1863 році. Фірма мала тісні контакти з пароплавними компаніями і на початку XX століття активно рекламувала і продавала морські круїзні розважальні поїздки.

У Німеччині кінця XIX – початку XX століть дальні туристичні поїздки могли собі дозволити ще небагато. Проте поступово подорожі стають доступні середньому класу.

Серед чиновників і службовців в цей період широкого поширення набув літній виїзд на дачі (Sommerfrische). Дача знаходилася, як правило, недалеко від міста.

Основним видом використовуваного дачниками транспорту була залізниця, розміщення відрізнялося скромністю і чинностями. Дачний сезон тривав в забезпечених сім'ях з кінця червня до початку вересня. Для бюджету сімей дрібних чиновників і робочих дачі стали доступними лише наприкінці 20-х років нашого століття.



II етап – початок XIX століття – початок XX століття – елітарний туризм, зародження спеціалізованих підприємств по виробництву туристичних послуг.

Другий етап – елітарний туризм і зародження масового туризму.

Елітарний туризм і зародження масового туризму. Найважливішу роль у розвитку туризму відіграли революційні зміни в розвитку транспорту, вдосконалення поштового зв'язку, що супроводжувалося розширенням мережі доріг в Європі, зростаючий добробут суспільства зумовили поступове зменшення робочого часу на користь вільного введення гарантованих неоплачуваних, а згодом і оплачуваних відпусток.

Через збільшення кількості мандрівників стало необхідним будівництво готелів, організація бюро подорожей, розвиваються туристичні послуги комплексного типу.



III етап – початок XX століття – до початку Другої світової війни – початок становлення соціального та масового туризму. Перша світова війна, економічна депресія 30-х років і Друга світова війна зробили негативний вплив на розвиток туризму.

Разом з тим, саме в період між двома світовими війнами з'являються паростки масового туризму, розквіт якого припадає на післявоєнні десятиліття.

Туристичні поїздки як усередині країн, так і зарубіжні поступово набувають якісно інший характер. Вони переслідують вже не тільки розважальні, а й пізнавальні цілі.

У маршрути все частіше включаються історичні місця, пам'ятники культури.

Переважна частина міжнародного туристичного руху доводилося на Європу.

В Швейцарії інтерес в даному відношенні представляє виникнення і діяльність фірми «Отельплан», яка в даний час є одним з найбільших виробників тур послуг в цій країні. В основі утворення фірми (1935) лежали ідеї її творця Г.Дуттвайлера про те, що залучення «маленької людини» в туризм надав би неоціненну допомогу страждаючому від кризи готельному господарству. «Слід звернеться до публіки, до цих пір не прилученою до туризму і не звиклим до подорожей», – відзначав Г.Дуттвайлер.

Масові дешеві турпоїздки стають основним продуктом фірми. «Народний туризм» мав успіх: вже в першому фінансовому році фірма реалізувала 52648 туристичних поїздок.

У Німеччині імпульс розвитку масового туризму дав, як не дивно, націонал-соціалізм.

Здійснюючи ідею «єдності нації», керівництво країни стимулювало масовий організований туризм з метою відпочинку, причому цю діяльність направляла спеціальна організація націонал соціалізму «Сила через радість» (Kraft durch Freude).

У 1933 році був заснований Імперський комітет з туризму, який підкорявся міністру освіти і пропаганди. Загальну ідеологічну установку в цій області сформулював особисто А. Гітлер: «Я хочу, щоб робітникам було забезпечено достатній відпустку і щоб ця відпустка, а також вільний час в цілому стали справжнім відпочинком для нього. Я бажаю цього, тому що я хочу мати народ з сильними нервами, так як тільки з таким народом можна робити велику політику. Історія вже винесла звинувачувальний вердикт «великій політиці» Гітлера, а для нас в даному випадку цікавий той факт, що нацистський режим приділяв таку велику увагу організації масового відпочинку трудящих і залучав до туризму все нові верстви населення, розширюючи тим самим його соціальну базу.»

Німецька держава надавала сприяння в організації групових поїздок на відпочинок – круїзів, залізничних турів, туристичних походів. Помірні ціни сприяли першому «туристичного буму» в Німеччині: число туристичних поїздок зросла з 2,3 млн. у 1934 році до 5 млн. у 1935 році, 9,6 млн. – в 1937 році 10,3 млн. – в 1938 році. В цей період розвитку туризм одинаків поступово поступався місцем груповому туризму широких мас. Крім того змінився характер подорожей – вже переслідувалися не лише розважальні, а й пізнавальні цілі. У маршрути все частіше включаються історичні місця, пам'ятники культури.

IV етап – масовий туризм. Друга світова війна паралізувала туризм, і подальший розвиток він отримує вже в післявоєнні роки. Саме в цей період туризм набуває дійсно масовий характер: з предмету розкоші він стає потребою для більшості населення високорозвинених індустриальних країн. У західноєвропейських країнах 50-60-і роки – це період активного грюндерства туристичних фірм, масового будівництва готелів, мотелів, різного роду розважальних закладів.

Європейський туризм 50-х років був орієнтований переважно на прийом американських туристів і є джерелом доларових надходжень для приймаючої країни.

В основу даної періодизації покладено такі критерії: техніко-економічні передумови; соціальні передумови; цільові функції туризму на різних етапах розвитку.

В 60-і роки і до середини 70-х спостерігається швидке екстенсивне зростання як в'їзного, так і виїзного туризму, а також збільшення числа туристичних підприємств та обсягів їх виробництва. Погіршення економічних показників туризму стало викликати серйозне занепокоєння уряду та ділових кіл Франції. Тому в програмі економічного і соціального розвитку на 1966–1970 роки було відведено спеціальний розділ заходам із заборони зростання дефіциту туристичного балансу. Розроблено ряд заходів на залучення іноземних туристів і скорочення виїзду французьких туристів за кордон.

Відкрилися нові навчальні заклади з підготовки кадрів для індустрії туризму, багато уваги і засобів приділялася поліпшенню автомобільних доріг.

В кінці 60-х років був прийнятий і реалізований план розвитку прибережного та сільського туризму на південно-західному узбережжі Франції.

У 1967 році в Парижі було засновано «Товариство з розвитку національного туризму» з метою відволікання французьких туристів від поїздок за кордон.

У 70-80-і роки в'їзний туризм у Франції розвивався досить швидкими темпами.

У 80-і роки темпи зростання сповільнилися але залишилися стійкими при високому рівні обсягу виробництва. За період з 1980 року число ночівель туристів збільшується в 1,9 рази, причому якщо в 1960 році туристичні поїздки робили лише 27% населення ФРН, то в 1980 році – 57,7%, а в 1987 році – 64,4%.

Перш за все слід зазначити, що і в першому і в другому випадку мова йде про масовий туризм, в якому беруть участь не тільки еліта, а й середній клас, з 80-х років, – і населення з низьким рівнем доходів. Але, незважаючи на пільги, Франція була однією з найбільш «дорогих» країн для туристів. Саме з цієї причини з 60-х років намітилася тенденція скорочення тривалості перебування іноземних туристів у Франції.

Одночасно з цим значно більше французів стало від'їжджати за кордон, зростання туристичних витрат було вище, ніж приріст доходів від міжнародного туризму.

Розроблено ряд заходів на залучення іноземних туристів і скорочення виїзду французьких туристів за кордон. У 1985-2010 роках середньорічний приріст туристичних прибуттів становив 4,7%, а доходів – 13,1%. Найважливішим показником завершення процесу формування масового туризму вважаємо інтенсивність туризму в тій чи іншій країні. Після Другої світової війни в попиті і пропозиції на ринку туризму відбулися докорінні зміни, які дають підставу говорити про те, що масовий конвеєрний туризм трансформувався в масовий диференційований.

Диференційований туризм відрізняють різноманітна парадигма потреб і мотивації туристів, множинність вузькоспеціалізованих сегментів в туристському попиті, різноманітність пропонованих послуг і яскраво виражена спеціалізація туристської пропозиції, для якій характерний не стільки широкий, скільки глибокий асортимент послуг. Іншими словами, турфірма пропонує не величезна кількість видів тур продукту, а обмежене число видів, кожен з яких має велике число варіантів. Перехід від конвеєрного до диференційованого туризму відбувався одночасно з переходом від ринку виробників до ринку споживачів.

Пожвавлення економічної кон'єктури в 50-х роках і подальшому бурхливому зростанню в 60-і роки відповідало формування суспільної психології «обмеженого споживання і високої продуктивності праці» («Товариство трудоголіків»).

Обмеженість споживання обумовлена відсутністю достатнього рівня добробуту масового середнього споживача. Праця була домінуючою категорією в суспільній свідомості даного періоду. Швидке економічне зростання і насичення ринку товарами стимулювали розширення парадигми потреб, а праця розглядалася в якості основного засобу для досягнення задоволення запитів споживачів самими споживачами.

На рубежі 60-70-х років формується «суспільство споживання матеріальних благ» – споживання заради споживання. Ускладнюється мотивація туристичного попиту: поряд з рекреаційним зростає значення набувають освітній, комунікативний і інвестиційний аспекти туризму. Все це зберігає свою актуальність і протягом 80-х років.

З другої половини 70-х років одночасно з диференціацією туристичного попиту в пропозицію посилюється тенденція до спеціалізації і диверсифікації, причому остання знаходить вираз як в розширенні асортименту послуг, що в рамках спеціалізації фірми, так і в проникненні туристичних фірм в інші області сфери послуг.

Насичення ринку товарів і послуг, уповільнення темпів економічного зростання, економічна структурна криза середина 70-х років стимулювали формування диференційованого і домінувати останнього в 80-і роки. В умовах зростаючого єдності і взаємозалежності світу, розширення міжнаціональних контактів у сфері економіки посилюється інвестиційний аспект туризму. Туризм є вагомим джерелом створення робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу.

Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві.

Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи.

Ми маємо право говорити про експансію туризму протягом всіх післявоєнних десятиліть, хоча дійсний обсяг цієї експансії оцінити можна лише приблизно внаслідок недосконалості статистики та невизначеності понятійного апарату науки про туризм.

Найважливішим показником завершення процесу формування масового туризму ми вважаємо інтенсивність туризму в тій чи іншій країні. Масовий попит на туристичні послуги породив масове туристичне виробництво: туристичний продукт був стандартизований, а виробництво послуг і товарів поставлено «на конвеєр».

Виникли різноманітні підприємства та суспільні інститути, що виробляють різні компоненти і види туристичного продукту і складають у сукупності індустрію туризму.

Формується потужна індустрія відпочинку зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом. У цей період міжнародний туризм в порівнянні з колишнім етапом розвивався в кілька разів інтенсивніше. Туристична діяльність у розвинутих країнах є важливим джерелом підвищення добробуту держави.

Туризм у Франції представляє важливий аспект економіки країни.

Починаючи з 90-х років, Франція стоїть першою в списку найбільш туристичних місць в світі. Лише невелика частина туристів знаходиться на французькій території проїздом (відпускники і курортники з Північної Європи, що прямують до Іспанії), велика частина приїжджає на канікули саме до Франції. До них потрібно додати ту частину французького населення, яка вважає за краще проводити свою відпустку у Франції.

Однак новий період в світовій економіці ознаменувався початком нової ери – *ери світової терористичної агресії*. А туризм, будучи найбільш уразливою галуззю, виявився однією з цілей серії терористичних актів у різних країнах світу, в тому числі і у великих туристичних центрах.

Теракти 11 вересня 2001 р. в США і наступні за ним теракти в Індонезії (вересень 2002 р.), в Лондоні, в Йорданії, на курортах Єгипту часом ставили під загрозу існування якщо не міжнародного туризму в цілому, то, у всякому разі, значних сегментів цього багатогалузевого комплексу. У доповіді ВТО зазначалося, що за підсумками 2001 року число подорожуючих в цілому по світу скоротилося на 1,3%, що становить 689 млн. чол.

«Період з вересня по листопад 2001 році, – заявив генеральний секретар ВТО Франческо Франджіаллі, – став справжнім лихом для індустрії туризму».

Обвальне падіння попиту на авіаційні маршрути частково було компенсовано збільшенням інтересу до автомобільного та залізничного транспорту.

При цьому багато туристів відмовилися від міжнародних подорожей і віддали перевагу внутрішніми маршрутами. Зміни в туристичному попиті виявилися вигідні ряду підприємств індустрії: сільським готелів, кемпінгів, гірськолижним курортам.

Яким же чином вирішуються проблеми, що постали перед індустрією туризму в нових умовах роботи? Авіаперевізники, крім заходів, що підвищують рівень безпеки польотів, розробляють гнучку систему знижок. Хотельєри також зменшують вартість проживання, що, відповідно, знижує вартість турпакета і збільшує обсяг продажів.

Великі італійські оператори *Alpitour i Viaggi del* ввели систему додаткових знижок при ранньому бронюванні програм, звернулися до активного продажу турів *last minute*.



Туристична індустрія підлаштовується до нових умов роботи і виходить з кризових ситуацій, викликаних світовою політичною нестабільністю, знаходячи принципово нові рішення.

1.3. Природні та культурні передумови розвитку туристичної діяльності Франції

Індустрія туризму зазнала сьогодні найбільшого зростання серед усіх сфер світової економіки. Згідно твердженню Ради зі світової економіки і туризму (*World Trade & Tourism Council*), 10 млн. нових робочих місць мають з'явитися протягом наступних 10 років, роблячи таким чином індустрію туризму найбільшим в світі роботодавцем наступного десятиріччя.

Це стосується перш за все саме туристичного бізнесу, готельного господарства та ресторанного бізнесу. Розвиток туризму сприяв створенню потужної індустрії гостинності – сукупності готелів та інших засобів розміщення, різних видів транспорту, об'єктів громадського харчування, закладів відпочинку та розваг тощо.

Молодь та підлітків приваблює активний відпочинок – спорт, танці, розваги, людей старшого віку – екскурсії, культурно-видовищні заходи, розважальна гастрономія.

Але завжди обов'язковою умовою рекреаційної діяльності в період відпочинку для людини є її незвичайність, несхожість на те, чим вона займається у своєму повсякденному житті, святковість, емоційне переключення. Саме тому зарубіжні спеціалісти – туризмознавці – ввели в практику термін «*amusements*» (розваги), під яким об'єднали кілька видів рекреаційної діяльності людини в період відпочинку, крім суто розважальної: пізнавальну, спортивно-оздоровчу, соціокультурну та ін.

Однією з функцій туризму була також визначена **холістична** – здатність туризму вносити різноманітність та радість в повсякденне життя людини, створювати атмосферу свята. Холістичний характер рекреаційної діяльності людини обумовив появу й терміну «*animation*» (анімація) – оживлення.

Анімація – оживлення програм дозвілля туристів в місцях тривалого відпочинку – курортних готелях і центрах, туристичних селищах і базах, на круїзних судах тощо.

Саме специфіка анімаційних процесів в туризмі і викликала необхідність професійної підготовки спеціалістів даного профілю – аніматорів.

Анімація – це оживлення відпочинку й організація безпосередніх вражень від особистої участі у заходах. Це явище в туризмі зародилося конкуренцією між рівними за величчю інтер'єрами і сервісом курортів. Анімація в туризмі розвивається в різних напрямках.

Так, Вишневська Г.Г. розглядає всього два напрями анімації.



Перший – це створення спеціальних музеїв і парків, організація костюмованих турів, шоу, свят та інших дійств за своїми сценаріями.

Другий напрям – оживлення програм дозвілля туристів у місцях тривалого відпочинку – курортних готелях і центрах, туристичних селищах і базах, на круїзних судах тощо.

Покликаючись на Ільїну Є.Н., можна виділити цілих чотири пріоритетних напрями анімаційного туризму, виділивши організацію костюмованих турів, шоу-музеї та тематичні парки в три абсолютно різні за походженням напрями. Згідно з такою класифікацією, визначається така структура анімаційного туризму за напрямками розвитку:

Шоу-музеї – це музеї з оживленими персонажами епохи, що експонуються.

Перші розважальні парки з'явилися в Європі вже в кінці 60-х років минулого століття.. Але справжній туристичний бум вони відчули лише за останні роки.

Щорічно найбільші розважальні центри відвідує 10 млн. відпочиваючих. Існуючі парки продовжують активно розширюватися і будуються нові.

Тільки за період з 1995 по 1998 роки в Європі з'явилися «Port Aventura», «Legoland», «Warner Brothers» та інші комплекси.

Найбільш відомі подібні тури серед любителів сімейного відпочинку, молодят і невеликих молодіжних груп. Цікаво, що більшість відвідувачів парків – не діти, на яких вони були розраховані, а дорослі. Основними гостями парків у різних країнах є іноземні туристи.

Нарівні з цікавими та захоплюючими атракціонами головною привабливою ознакою тематичних парків є дійство, що відбувається навколо.

Паризький «Диснейленд» пропонує проживання в готелях на території парку – на відстані короткої пішохідної прогулянки від атракціонів. Тут розміщені 6 готелів на вибір: від люксових (5 зірок) до класу «budget». Туристи, які проживають у готелях на території парку, мають різного роду пільги (пільгові вхідні квитки в парки, можливість користуватися атракціонами на годину раніше від інших відвідувачів). За свідченнями зарубіжних туроператорів, відвідуваність тематичних парків збільшується з року в рік.

Якщо раніше основна частка відвідувачів купувала квитки самостійно біля входу, то за останній час відвідування парків усе частіше входить до складу туристичних пакетів.



Костюмовані тури – це ще один авангардний напрям анімаційного туризму.

Такими турами можуть вважатися, наприклад, тури з відпочинком на американському ранчо, де туристи отримують одягу, спорядження ковбоїв, під керівництвом кваліфікованих інструкторів вчать їздити верхи і ковбойській справі, повністю занурюючись у дійство.

Максимально наближена до життя атмосфера, підсилена ковбойським одягом, їжею і заняттями, сприяє цьому.



Інші напрями – це безпосередня анімація відпочинку туристів у готелях і центрах відпочинку (курортах). Аніматори (як правило, молоді люди) працюють з туристами постійно. Основне їх завдання – не дати людям нудьгувати. Як правило, такі працівники зустрічаються в клубах типу all-inclusive. Вдень їх можна побачити за прилавком магазину чи на корті, де вони вчать новачків грі, на спортивних змаганнях чи риболовлі, організованих для туристів. Аніматори завжди привітні і вітаються з туристом як зі старим знайомим.

Відмінна пам'ять на лиця – їх професійний обов'язок.

Завдання аніматорів зробити відпочинок туристів цікавим та змістовним і визначає їх функціональні обов'язки і вимоги. Вони повинні добре володіти інформацією про все, що може зацікавити туристів, допомагати їм зорієнтуватися в новій обстановці. Крім того, вони розробляють сценарії і організують різні шоу, забави, спортивні змагання, вечори відпочинку та інші заходи для туристів і є не тільки їхніми інструкторами, а й компаньйонами і партнерами, тобто допомагають туристам провести своє дозвілля весело і цікаво.

Творчий характер роботи аніматорів обумовлює високі вимоги і до їх особистих якостей: це комунікабельність, контактність, фізична витримка та інші.

Крім того, необхідна і спеціальна підготовка:

- вміння написати сценарій,
- провести різні ігрові програми, шоу, конкурси;
- музична освіта; знання іноземних мов;
- спортивна підготовка;
- знання психології і педагогіки; історії і культури тощо.

Наявність мовного бар'єра не допоможе у спілкуванні з туристами з різних країн і ставати перспективними спеціалістами. Як хороший приклад роботи аніматорів можна привести таку роботу на курортах системи «Club Med». Люди, які потрапляють на роботу аніматорами в «Club Med», відрізняються знаннями й уміннями справді універсальними.

Вони повинні не тільки бути молодими, енергійними й знати, як мінімум, дві мови, а і бути комунікабельними, артистичними. Тут найшли особливу посаду – GO (джи оу) – скорочення від французького *Gentils Organiseurs* – «милі організатори».

Головне завдання GO – створювати особливу атмосферу свободи та відвертості, якою відрізняються всі містечка «Club Med». Завдяки аніматорам (GO), які представляють 80 країн, відпочинок перетворюється в справжнє свято.

Для організації й анімації турів велике значення має використання календаря свят і визначних дат. Цікавість туристів до одних чи інших дат, мотивація й обігрування цих інтересів в «оживленому» (анімаційному) вигляді, знову ж таки з особистою участю туристів, також дозволяє значно оживити програму обслуговування.

Узагальнюючи все вищесказане, можна вивести формулу анімації в туризмі:

використання зацікавленості + оживлення експозиції + залучення туристів до дійства + різноманітність розваг (проф. Коллер: Австрійська школа туризму).

В цілому ж анімаційний туристичний оперейтинг варто розуміти як тісну взаємодію відпочинково-розважального і сервісного комплексів з особистісним підходом до обслуговування кожного туриста. Головне завдання – створити туристу комфорт, зацікавити його, щоб він почував себе учасником програми. **Функції анімації:**

- *адаптаційна* – дозволяє перейти від щоденного оточення до вільного, відпочинкового;
- *компенсаційна* – дозволяє звільнити людину від фізичної і психологічної втоми повсякденного життя;
- *стабілізуюча* – створює позитивні емоції та стимулює психічну рівновагу;
- *оздоровча* – спрямована на відновлення і розвиток фізичних сил людини, ослаблених у повсякденному трудовому житті.

Правильно розроблені анімаційні програми дозволяють не тільки підняти настрій і тонус відпочиваючих, створити позитивну настанову на позитивний результат лікування (санаторії, пансіонати) і відпочинку, але і в комфортних умовах відпочинку привабити людину до здорового способу життя в ігровій, не примусовій атмосфері, до прикладу, за допомогою не хитрої гімнастики звільнитися від болі у хребті.

Розглядаючи анімаційний процес з погляду системного підходу як процес задоволення специфічних потреб людини у спілкуванні, русі, культурі, творчості, розвагах і приємному проведенні вільного часу, виділяють декілька **видів анімації:**

- *анімація в русі* – задовольняє потребу людини в поєднанні з приємним хвилюванням;
- *анімація через хвилювання* – задовольняє потребу людини у відчутті нового, невідомого, неочікуваного при спілкуванні, відкриттях, а також при подоланні труднощів;
- *анімація через спілкування* – задовольняє потребу у спілкуванні з новими цікавими людьми, обміні життєвим досвідом, у відкритті внутрішнього світу людей і пізнанні себе через спілкування;
- *анімація через заспокоєння* – задовольняє потребу людей у психологічній розрядці від повсякденної втоми через заспокоєння, усамітнення, контакт з природою;
- *культурна анімація* – задовольняє потребу людей у духовному розвитку особистості через залучення до культурно-історичних пам'яток і сучасних зразків культури країни, регіону, народу, нації;
- *творча анімація* – задовольняє потребу людини в творчості, показі своїх здібностей і встановлення контактів з близькими за думкою людьми, через спільну творчість.

У процесі взаємодії між туристами і персоналом готелю формуються відносини гостя до готелю, розкладу, встановленому в ньому, сервісу, комфорту, створеному спеціально для нього, а отже, і настрої на відпочинок. Від доброзичливості і професіоналізму всього персоналу готелю в більшості залежить: чи захоче турист приїхати в цей готель ще раз.

Від кваліфікації ж спеціалістів-аніматорів залежить: чи надовго запам'ятається туристу цей його короткочасний відпочинок в даному готелі.

Аніматор – це артист, і вся його діяльність потребує постійної самовіддачі – щоденно, щохвилино, протягом п'ятнадцяти і більше годин на добу. Не кожний може витримати достатньо активний ритм, тому так важливо організувати роботу аніматорів.

Принципова особливість спеціаліста-аніматора полягає в тому, що знання психології, економіки, політології, права, теорії управління, основ режисури та інших суспільно значимих і досить престижних сьогодні наук виступає не як самоціль, а як суттєвий засіб реалізації провідної **метафункції** соціально-культурної діяльності – залучення людини до досягнень світової культури, всебічний розвиток її творчого потенціалу.

Менеджер-аніматор повинен володіти психолого-педагогічними основами управління тимчасовим колективом, з яким працює, бути лідером у різноманітних туристських колективах, які відрізняються за віком, складом, освітою, соціальним положенням, уміти впливати на думку оточуючих. Велике значення має схильність до лідерства, а саме:

- вміння проявляти ініціативу,
- привертати і спрямовувати увагу інших, пропонувати їм рішення,
- схильність розмовляти мовою співбесідників.

Менеджери-аніматори повинні володіти високими діловими якостями, глибокими знаннями психології людей, практичними навичками роботи в умовах чітко вибудованого механізму. Щорічно в цій сфері створюється близько 3 млн. робочих місць. Наприклад, на ринку робочих місць Європейського союзу 13% займає туризм.

Таким чином, окремі елементи механізмів **державного регулювання** туристичної галузі Франції, ефективність яких перевірена часом та підтверджується конкретними досягненнями в розвитку туризму, доцільно використовувати для розвитку туристичної галузі України з урахуванням її історичних, правових і культурних особливостей.

Найбільша в П'ятій республіці професійна туристична виставка «*Rendez-vous en France*», на якій Франція представляє зарубіжним туроператорам свої туристичні можливості, проводиться в Парижі. Для зустрічі з ними «*Atout France*» запросило в Париж 800 іноземних та 100 французьких туроператорів, які відправляють туристів до Франції.

Серед них – туроператори по масовому туризму, автобусним турам по Європі, компанії, що пропонують індивідуальні, у тому числі тематичні тури по всій Франції.



МІСТА ФРАНЦІЇ



Франш-Конте



Рона – Альпи

Прованс – Альпи



Бретань



Овернь



Лангедок - Руссильон



Бургундия

Крім маркетингової стратегії, «Дім Франції» оновив акції та кампанії. Одна з них – кампанія «Ласкаво просимо до Франції», спрямована на залучення іноземних туристів.

Інша акція націлена на просування приморських районів Франції як всередині країни, так і за її межами. Розширення і поглиблення інтеграційних процесів стало потужним фактором розвитку туризму в регіоні та модернізації французької індустрії туризму.

Франція розвиває міжнародне співробітництво в кількох напрямках: в області організації і регулювання туристської діяльності, у сфері професійного туристської освіти, у сфері економіки туризму, в області просування Франції на туристичному ринку.

Франція відіграє значну роль в міжнародних організаціях, особливо ЮНВТО та Міжнародному бюро із соціального туризму (БТС). У країні створена сучасна інфраструктура туризму. Налічується близько 197 тис. підприємств туристичного профілю, в тому числі 39 тис. готелів та інших засобів колективного розміщення, 40 тис. сільських готелів і 11 300 кемпінгів, 106 тис. ресторанів, 47 тис. кафе, 4 тис. турагентств.

Кемпінги розташовані на спеціальних облаштованих територіях від 1 до 4 зірок, а 2300 кемпінгів – на фермах або на природі.

У туристський сектор вкладаються значні інвестиції, основна частина яких була спрямована в готельно-ресторанний комплекс. Характерною особливістю останнього періоду розвитку туризму стала так звана горизонтальна інтеграція капіталів на ринку.

Концентрація і централізація капіталу на національному і міжнародному рівні і протікає одночасно процес інтернаціоналізації виробництва і капіталу в індустрії туризму Франції призвели до утворення потужних туристських транснаціональних компаній і зміцненню їх позицій на глобальному туристичному ринку.

Основою інтеграції у Франції з'явилися засоби розміщення. Французька модель організації відпочинку отримала воістину ідеальне втілення в «Середземноморському клубі» – ланцюга туристських сіл, що створюють особливу атмосферу взаєморозуміння і єднання відпочиваючих, які забезпечують високий рівень обслуговування, що надають широкий вибір спортивних розваг і працюють за принципом «все включено».

Крім 130 клубних готелів, у розпорядженні компанії є мережа обслуговуючих однойменних турагентств і субагентів. Французи – високозабезпеченого нація, яка входить в групу країн лідерів з виїзного туризму.

Однак чудові внутрішні рекреаційні ресурси дозволяють стримувати темпи розвитку виїзного туризму. В даний час більше 80% французів проводять свої відпустки всередині країни. Існують чітко виражені піки відпускних періодів: виробничі відпустки і шкільні канікули в липні-серпні, короткі різдвяні канікули, канікули в лютому і під час Великодня.

Французькі туристи віддають перевагу Іспанії, Італії, Великобританії, Німеччині.

З віддалених регіонів пріоритети французів орієнтовані на США, колишні французькі колонії в Африці, французькі заморські департаменти і території (Гваделупа і Мартініка, Французька Полінезія та Нова Каледонія, о. Реюньон).

Виїзний туризм в останні 30 років розвивається значно меншими темпами, ніж в'їзний. Туристські поїздки стають менш тривалими, але більш частими.

Розвиток внутрішнього туризму у Франції стикається з двома основними проблемами – скороченням тривалості перебування в місцях призначення і сезонністю туристичного попиту.

Франція – найбільш відвідувана країна Європи та світу. З 1950 по 2005 роки обсяг в'їзного туристичного потоку в цю країну зріс у 25 разів, з 3 млн. до 76.

Франція традиційно сильно залучена у внутрішньорегіональній туристичний обмін.

На країни цього регіону, в основному сусідні держави – члени ЄС, припадає 90% міжнародних туристських прибуттів. Найбільше туристів приїжджає з Великобританії, Німеччини, Італії, Швейцарії, Іспанії та Нідерландів. Значними джерелами доходів є також японський і американський ринки.

У 1990-і роки найбільшою популярністю серед іноземних туристів користувався відпочинок на Французькій Рив'єрі, на другому місці – відвідання Парижа, потім заняття гірськими видами спорту в Альпах, а також купальні-пляжний туризм на узбережжі Атлантики в Аквітанії і Середземного моря в Лангедок-Руссільоні.

На початку XXI ст. чітко простежується тенденція до проникнення туристських потоків вглиб країни. Іноземні туристи їдуть не тільки на Лазурний Берег і гірськолижні курорти в Альпах, але відвідують внутрішні райони (перш за все Бургундію) і відкривають для себе споконвічну Францію, захоплюючись прекрасними замками і палацами в долині Луари. Подальший розвиток індустрії в'їзного туризму у Франції залежить від вирішення низки проблем. Будучи світовим лідером за кількістю міжнародних туристських прибуттів, вона займає лише третю позицію за обсягом надходжень від міжнародного туризму.

Позитивне сальдо її платіжного балансу за статтею «туризм» постійно зменшується.

Поїздки в країну стають все коротшими, а конкуренція з боку нових туристських напрямків посилюється. У перспективі позиції Франції на світовому туристичному ринку будуть залежати від того, чи зможе вона залучити нові категорії клієнтів, зокрема численних транзитних туристів, які прямують в Іспанію, Португалію та Італію через її територію.

В цьому напрямку Франція вже зробила ряд кроків. Вона визначила перспективні туристичні ринки (Південна Америка, Центрально-Східна Європа і Росія, Азія (Китай, Індія, країни Південно-Східної Азії), Близький Схід, ПАР) і приступила до їх освоєння, значно розширила спектр пропонованих туристичних продуктів (діловий, природно-орієнтований, культурно-пізнавальний туризм, спеціальні види туризму).

Особливе значення в плані зміцнення позицій Франції як туристичного напрямку має державна підтримка галузі та просування національного туристичного продукту за кордоном. У Франції зосереджена величезна кількість культурних цінностей, практично кожне місто, а іноді й невеликі села, являють собою дійсні музеї історії й культури.

Крім незліченних пам'яток культури й древніх цивілізацій, країна має прекрасні природні умови, обумовлені білосніжними схилами альпійських гір, прекрасними пляжами атлантичного й середземноморського узбереж, середньовічними замками, великими виноградниками й чарівними старими винокурнями, а також безліччю місць, пов'язаних з життям і діяльністю різних історичних діячів. Ця країна має величезні можливості для розвитку майже всіх видів туризму. Франція є самою відвідуваною країною світу і Європи.

Природно-рекреаційні ресурси є основою розбудови спеціалізованих закладів короточасного та тривалого розміщення людей з метою задоволення їхніх рекреаційних потреб: лікувально-оздоровчих, культурно-освітніх, спортивних.

Звичайно їх розташовують за межами постійного проживання людей, на територіях, що характеризуються певним рекреаційним потенціалом.

Серед рекреаційних закладів розрізняють санаторії, будинки та бази відпочинку, пансіонати, загальнокурортні, інші лікувальні та культурно-спортивні центри, туристичні готелі, бази, мотелі, кемпінги, будинки мисливців, рибалок, будинки творчості тощо. Разом з іншими підприємствами сфери обслуговування рекреаційні заклади утворюють курорти, зони відпочинку і туризму.



Бургундія



Ельзас

Пікардія



Верхня Нормандія

Иль-де-Франс





Рона - Альпи

Пуату - Шаранта

Корсика



Центр



Землі Луари

Реюньон

Природні рекреаційні ресурси – природні та природно-технічні геосистеми, об'єкти, явища природи мають комфортні властивості для рекреаційної діяльності та можуть бути використані для її організації впродовж певного часу. Напрямок рекреаційної діяльності визначається економічними і соціальними потребами суспільства, загальною культурою населення.

Рекреаційна діяльність – невід'ємна частина сучасного способу життя.

Залучаючи у сферу цієї діяльності природні об'єкти, культурні комплекси, технічні системи та інші складові рекреаційного потенціалу, людина знаходить або формує, а суспільство розвиває особливі територіальні рекреаційні системи.

На північному сході межує з Бельгією, Люксембургом і Німеччиною, на сході – з Німеччиною і Швейцарією, на південному сході – з Монако і Італією, на південному заході – з Іспанією і Андоррою. По числу іноземних туристів у регіоні лідирує Франція.

У Франції більше 1 млн. км автодоріг, більше 32 000 км залізничних доріг.

Протяжність берегової лінії становить 5,5 000 км (найбільший пляж Європи). Тут знаходиться 90 гірськолижних курортів. У цій країні більше 20000 готелів, близько 4000 музеїв, приблизно 1,5 000 замків, 40 000 історичних пам'яток.

Морські береги, що простяглися на 3120 км, омиваються Північним і Середземним морями, протоками Па-де-Кале, Ла-Манш і Біскайською затокою.

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

Західний і північний райони Франції рівнинні, в центрі і на сході – середньовисотні гори Центрального Французького масиву, Vogезів і Юри. Південно-західний кордон утворюють високі Піренеї, а на південно-сході – Альпи, найвищі гори Західної Європи.

Загальна площа країни (з островами) становить 551,6 000 км².

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

Клімат – помірний морський, на сході перехідний до континентального, на Середземномор'ї – субтропічний. Літо досить печеня, зима м'яка і досить сира, хоча сніг йде рідко.

Клімат Франції в цілому сприятливий в туристському відношенні. Він визначається впливом прохолодного Атлантичного океану і теплого Середземного моря, що сприяє великим кліматичним контрастам і просторового різноманітності атмосферних характеристик.

У північній частині країни переважає м'який і вологий морський клімат, а південь країни відноситься до середземноморської кліматичної зони з більш високими середньорічними температурами, меншою кількістю опадів і великою кількістю годин сонячного сяйва в році. Природа Франції багатоліка. Наймальовничіші і особливо цінні її куточки знаходяться на острові Корсика і відносяться до надбань усього людства.

Головний район пляжного відпочинку Франції – Блакитний берег, з такими широко відомими морськими курортами, як Ніцца, Канн, Антиб і ін., також називається французькою Рив'єрою. У Франції також розвинений лікувально-оздоровчий туризм.

Популярними є такі курорти, як Ля Біль, Віші, Витель, Йер, Кеброн, Сен Гадан, Дарс.

Територія Франції багата численними джерелами мінеральних вод, на базі яких діють бальнеологічні курорти.

Вони зосереджені в Центральному масиві (курорт Віші), у підніжжя Піренеїв (курорт Котре, розташований недалеко від водоспаду Гаварні) і в Альпах (Ев'ян-ле-Бен на березі Женевського озера).

Французькі оздоровчі курорти належать до найбільш респектабельних і дорогих в Європі і в більшості своїй орієнтовані на найвимогливіших клієнтів.

Основним природним багатством цієї країни є морська вода і океанський клімат, що визначає розвиток таласотерапії як провідного напрямку в курортній інфраструктурі.

Рекреаційний потенціал Франції характеризується сприятливими кліматичними умовами, фізико-географічним розташуванням країни та її історико-культурною спадщиною.

Франція знаходиться на заході Європи – найбільшого туристичного регіону світу.

Вона має виключно вигідне вузлове туристично-географічне положення. Омивана водами Атлантичного океану і протоки Ла-Манш на заході і півночі, Середземного моря – на півдні, Франція в той же час має велику протяжність кордонів з іншими економічно розвиненими країнами – туристськими державами.

Вузкий 41-кілометровий протоку Па-де-Кале відокремлює її від Великобританії.

Головна воднотранспортного магістраль Європи – Рейн служить природним кордоном з Німеччиною. За Піренейським горам проходить кордон з Іспанією і мікродержавою Андоррою, а по Західним Альпам і лісистим схилам Юри – з Італією і Швейцарією.

На північному сході Франція межує з Бельгією і Люксембургом, а на південному сході з князівством – містом Монако.

Її територіальні володіння (заморські території і департаменти) знаходяться в Атлантичному, Тихому та Індійському океанах. Вона зберегла сильний вплив у більшості своїх колишніх численних колоній в Азії, Африці та Латинській Америці. Французи часто називають свою країну «L'Hexagone», тобто «Шестикутник».

Дійсно, своєю конфігурацією вона нагадує цю геометричну фігуру. Разом з тим така назва краще, ніж будь-яка інша, передає надзвичайна розмаїтість природних умов і багатство культури. Зачаровують обривисті берега і бухти, дикі ліси і лавандові поля, гори і льодовики, села на пагорбах і великі історико-культурні центри, романські церкви та готичні палаци – все це Франція. У світі знайдеться небагато країн, які можуть зрівнятися з «шестикутником» і запропонувати настільки строкату палітру ландшафтів.

Західні і північні райони Франції займають величні рівнини (Паризький басейн) і низькогір'я, на які припадає більше половини площі країни. У центрі і на сході вони змінюються середньовисотних горами і височинами з конусами вимерлих вулканів (Центральний Французький масив, Вогези, Юра).

На південному заході розташовані молоді гори Піренеї, на південь – снігові хребти Альп. Над ними панує найвища вершина Франції та Західної Європи – Монблан (4807 м).

Серед районів гірського туризму позаконкурентних перше місце займають Альпи.

Щорічно його відвідують від 80 до 150 млн. чоловік. Туристичне освоєння Альп почалося ще в першій половині XIX століття і з тих пір швидко розширювалося.

Нині Альпи – типовий район цілорічного туризму: на висоті до 500 м переважає піший туризм, від 1000 до 2000 м – гірськолижний, а від 2000 до 3000 м – гірськолижний спорт і альпінізм. Розвитку в Альпах міжнародного туризму сприяє і їх вигідне транспортно-географічне положення. Якщо умовно вважати порогом транспортної доступності місць масового туризму таку відстань, яку можна подолати за 12 годин їзди на автомобілі.



Альпи виявляються доступними для жителів великих промислово-міських агломерацій більшості країн зарубіжної Європи. Матеріально-технічна база туризму в Альпах також досягла дуже високого рівня. Загальна кількість місць для розміщення оцінюється тут приблизно в 3 млн.

Функціонують 40 000 канатних доріг і підйомників, 120 000 км гірськолижних трас, незліченна кількість туристських стежок. Серед найвідоміших гірничо-спортивних курортів району можна назвати такі, як Шамоні і Сен-Жерве у Франції, Давос у Швейцарії.

Франція є світовим лідером як за кількістю гірськолижних туристських центрів (більше 400), так і за протяжністю та оснащеності трас (6000 км схилів і понад 4000 підйомників). У Французьких Альпах можливо високогірне катання – до висоти 3900 м.

До Олімпіади 1992 року більшість гірськолижних туристських центрів були модернізовані і зараз вважаються найсучаснішими в Європі. Гірськолижні туристські центри Франції діляться на традиційні (гірськолижні села типу Мерібель) і сучасні, побудовані за концепцією «катання від дверей» (Куршевель). Практично всі відомі гірськолижні туристські центри Франції перебувають в Альпах (80% всіх центрів). Приблизно 10% розташовані в Піренеях, решта – у центральному масиві. Французькі Альпи складаються з регіонів:

Департамент Східна Савойя (поряд з Женевою) представляє гірськолижні туристські центри Шамоні, Аворіаз, Межев (фешенебельний курорт), Ла-план і Морзін (орієнтовані на дешеві сегменти), Сен-Жерве, Ле-Кантомін.

Шамоні розташований біля підніжжя Монблану, історичного центру першої зимової Олімпіади 1924 року. У розпорядженні туристів 136 км трас будь-якого ступеня складності з перепадами висот до 2800 м на висотах 1035-3842 м, 48 підйомників.

Департамент Савойя представляє Три Долини, Валь д'Ізер, Тінь. Труа Валле як система престижних гірськолижних туристських центрів, в своєму розпорядженні 500 км трас на площі 27000 га в діапазоні висот 1450-3200 м, обладнаних 200 підйомниками. Інструкторський корпус становить 600 тренерів. Основні гірськолижні центри:



Валь Торанс – самий високогірний гірськолижний туристичний центр системи.

Цільовий сегмент – молодіжна спортивна публіка. Тут відносно складні кліматичні умови, зумовлені перебуванням у високогір'ї. Спеціальна пропозиція – скі-сафарі через 12 долин з Валь-Торанс у Валь д'Ізер. Мерібель – найбільший гірськолижний туристичний центр системи, тут же розташована резиденція англійської королеви.

Куршевель входить до числа 5 кращих гірськолижних світових гірськолижних туристських центрів. Найбільш відомі схили виконує соло: 3 чорні траси, спеціальна траса екстремального спуску довжиною 1,5 км з перепадом висот в 1000 метрів. У Мерібель і Куршевелі є аеродроми для невеликих літаків. Тінь. Спортивний молодіжний недорогий гірськолижний туристичний центр пропонує 300 км трас на висотах 1850-3650 м, 102 підйомника. Валь д'Ізер разом з центром Тінь утворюють єдиний простір для катання.



Департамент Ізер. Альп д'Уез – високогірний гірськолижний туристичний центр з 220 км різних трас на висотах 1860-3330 м і 85 підйомниками. Створено найдовша в Європі 16 км траса. Ле дез Альп – недорогий гірськолижний туристичний центр в 75 км від Гренобля володіє системою 76 трас (протяжністю 196 км) на висотах 1600-3600 м, обладнаної 64 канатними дорогами і 57 сніговими гарматами.

Різноманітність трас представлено 22 зеленими, 25 синіми, 21 червоними, 8 чорними спусками. У гірськолижних туристських центрах Франції надається найбільш широкий вибір видів розміщення (готелі, апартаменти, гірські шале)

Великою різноманітністю відрізняються морські береги Франції, протягнулися на 3 тис. км. Мальовничі суворі уступи гранітних скель в Бретані.

Довгі гряди дюн облямовують узбережжя Біскайської затоки, де на мілководді вирощують настільки улюблені французами устриці.

Західна територія Франції розташовується уздовж Атлантичного узбережжя.

На півночі Нормандії і Бретані переважають горбиста місцевість, піщані пляжі і маленькі портові міста. Тут до цих пір відчуваються кельтське коріння цього регіону і його жителів. Найбільші міста на західному узбережжі – Нант і Бордо, останній особливо знаменитий своїми винами і архітектурою 18 століття.

Головний район пляжного туризму Франції – Лазурний берег, з такими широко відомими морськими курортами, як Ніцца, Канн, Антіб та ін., також називається французькою Рив'єрою. Серед інших популярних лікувально-оздоровчих центрів Західної Європи – «французькі Карлові Вари» – Віші. Він знаменитий своїми найбільшими в Європі мінеральними ваннами. Країна французьких басків займає найпівденнішу частину Атлантичного побережжя.

Тутешнє курортне місто **Біарріц** належить до найфешенебельніших, яскравих і привабливих океанських курортів. Найкрасивіших міст узбережжя Біскайської затоки – Біарріц, колишній відомий європейський курорт вже зі середині ХІХ ст.

У 1854 р. для дружини Наполеона ІІІ тут, у відрогах Піренеїв, була побудована Вілла Євгена, на місці якої зараз стоїть Готель Дю-Палас – традиційне місце зустрічей «вищого світу» країни. У місті є мальовничий маяк, Музей Моря, Музей мініатюрних автомобілів, безліч бутіків, ресторанів, чайних салонів і барів упереміш з химерними віллами і маленькими палацами, в яких королі і князі зупинялися під час відпочинку.

У Біарріце розташований відомий таласотерапевтичний інститут «Луїзон Боба», що пропонує величезний спектр процедур, а також безліч бальнеологічних лікарень.

Стрімкі скелі, обрамлені піщаними пляжами, прикрашають довколишнє узбережжя до Сен-Жан-де-Люз на іспанському кордоні. На Лазурному Березі всі пляжі муніципальні.



Однак раз у 4-5 років частина пляжів розігрується на аукціоні. Готелі або просто багаті люди (ті, хто займається цим бізнесом), вигравши аукціон, отримують певний шматок пляжу в оренду. Схід країни включає області Ельзас, Лотарингія, Франш-Конте і Бургундія. Пейзаж тут горбистий, багато красиві міста – Мец, Страсбург, Нансі і Діжон – розташовуються в цьому регіоні, що славиться знаменитими винами, – такими, як Піно Нуар, Шардоне і Жовті вина, вироблювані на виноградниках гір Юра.

Центр Франції – у багатьох відношеннях найспокійніша і тиха частина країни.

Справжнім скарбом тут є долина Луари, з численними замками і чудовими городками.

У Шартре знаходиться один з найвідоміших і найкрасивіших готичних соборів Франції.

Область Овернь, що знаходиться в серця Центрального гірського масиву – одна з прекрасних у Франції. Більшу її частину складають піднесеності, що перетинаються річковими долинами, де природа зберігається в її первозданності.

Столиця регіону Клермон Ферран і містечко Пюї зі своїми історичними церквами, побудованими на височинах вулканічного походження, належать до найдивовижніших міст Франції. Провідні туроператори по Франції зазвичай пропонують набір з декількох програм, які передбачають схожі розміщення і переліт, але різне число стандартних екскурсій (оглядові по місту, подорож на кораблику по Сені, відвідання Лувру, «комерційні» відвідування музею парфумерії та ювелірного центру) і декілька додаткових програм, серед яких найбільш популярна екскурсія на весь день в Євродиснейленд.

Відносно невелика територія, всього сотня кілометрів узбережжя від Йереса до Ментони, захищена від північних вітрів підніжжям Альп і гірським масивом Меркантур – Лазурний Берег, давно вже перетворився на «всеєвропейський центр відпочинку».

Все побережжя усяне розкішними готелями, ресторанами, приватними пляжами, бутиками та дорогими віллами. Тут безліч історичних пам'яток – старий собор Грасса, абатство Вальбонн, укріплений монастир Леренов, форт Мональбана, Симієзській монастир, церква Люсерама, церква Бара-сюр-Лу, а також прекрасні природні визначні пам'ятки – ущелина де-Рестефон-боннетт вважається найбільш високою ущелиною Альп (2802 м), живописна ущелина Де-Тенд, чисті гірські річки і безліч водопадів.

Ніцца – «столиця» Лазурного берега, що розкинулася на березі бухти Байе-дез-Англе («Бухта Ангелів»), оточеній передгір'ями Приморських Альп.



Серце міста – центральна набережна Променад-дез-Англе – розкішний приморський бульвар довжиною 5 км., ідеальне місце для піших прогулянок і відпочинку. У місті безліч палаців, церков і музеїв – знаменита Опера Ніцци, палац Вальроз, собори Сен-Репарат (XVII ст.), Сен-Мартен, Будинок кугурдонов, Капела Милосердя, Холм Шато з замком, прекрасним парком і водоспадом, Музей сучасного мистецтва (МАМАС), Музей Матісса з однією з самих кращих експозицій цього художника, Обсерваторія, церква Св. Жанни Д'Арк, Музей археології і Музей Марка Шагала з сімнадцятьма полотнами на сюжети зі Старого завіту, ілюстраціями, гуашшю, графікою і літографіями великого майстра.

Палац Конгресів «Акрополіс» – центр ділового туризму регіону, регулярно проводить різноманітні виставки та вистави. У сукупності з Національним Театром Ніцци і Музеєм сучасного мистецтва, Палац утворює барвистий комплекс будівель Променад Д`арт.

Місто насичений прекрасними парками і садами із статуями і фонтанами. На Сході лежить пагорб Симієз, на схилах якого розташувалися римські арени і дев'ять палаців Белль-Епок, готель «Регіна» – резиденція королеви Вікторії, Симієзській монастир з розкішним вітварем і розкішні вілли, а в парку «Флорал Фенікс» є тропічний сад «Зелений Алмаз», де представлена безліч екзотичних риб, птахів і метеликів.

Канни (Канн) розташовані всього в 27 км від Ніцци на березі Напульської бухти.

Це місто всіляких фестивалів і архітектурних пам'яток, чудових піщаних пляжів і церков, каплиць і старовинних будинків.



Головна вулиця міста – набережна Круазетт – місце проведення всіх урочистих заходів і улюблене місце відпочинку туристів.

З інших визначних пам'яток цікаві живописна вершина Палм-Біч, Палац Фестивалів і Алея Зірок, Червоні Сходи, Алея Свободи і фортеця-музей XII століття на пагорбі Сюке, куди протягнутий підйомник, заснований великим князем Михайлом Михайловичем.

Гольф-клуб, «Оберже Провансаль» – самий найстаріший ресторан в Канні, готель «Роял Казино» і знаменитий готель «Карлтон». Пропонуються екскурсії на катері до острова Леренс, знаменитого своїм евкалиптовим лісом та місцевим лікером, секрет якого строго охороняється місцевими ченцями, а також тим, що тут розташована знаменита фортеця, в якій був поміщений таємничий в'язень «Залізна маска».

Поблизу лежить Монте-Карло, а між Каннами і Ніццою розташований один з найбільших і кращих в Європі центрів таласотерапії та фітнесу – «Біовімер».

Ментона – Найзахідніший курорт Рив'єри, розташований на кордоні з Італією.

Ментон називають «столицею лимонів», вона відома своїм собором Сен-Мішель, величній віллою Фонтанароза, казино і міжнародним музичним фестивалем, а також мальовничій набережній Променад-дю-Солюіль в старій частині міста.



Антиб (Древній Антиполіс) – саме «молодіжне» місто Рив'єри і центр яхтового спорту. Тут безліч клубів, ресторанів, барів і дискотек. До найбільш яскравих пам'яток міста відносяться замок Грімальді (XII ст.), Музей Пікассо, фортифікаційні споруди Вобана, вілла Тенард, собор, чудовий провансальський ринок, квітковий парк на 5 гектарах площі і лісорозсадник (2 тис. видів дерев), музеї Наполеона, Морський музей і музей Пейне. У місті чудові піщані пляжі, є власні Дельфінарії і Аквапарк.



На весь світ славляться й інші чудові курорти Блакитного берега – Грас з Міжнародним музеєм парфумерії та знаменитими парфумерними фабриками «Фрагонар» і «Мелінар», центр світського життя – Сен-Тропе, фешенебельний Вільфранш-Сюр-Мер, один з найшикарніших курортів Середземномор'я – Жуан-ле-Пен, тихий «сімейний» Гольф-Жуан, місто-кафе Сен-Рафаель, «місто майбутнього» Вільнев-Лобе та ін

У прибережному департаменті Нім-Гарон також зосереджуватися безліч пам'яток римської епохи – цирки, віадуки, вілли і т. д.

Атлантичний Кот-д'аржан («Срібний берег») – це нескінченний широкий 230-км пляж з м'яким піском. Щоб зупинити пересування дюн в регіоні, в XIX ст. тут були посаджені соснові і пінієвіє ліси, що перетворилися сьогодні на суцільний лісовий масив – найбільший у Франції. Перлинами Срібного берега вважається історичне містечко Мімізан з його Мімізан-пляжем і чарівними портовими набережними. У містечках Оссегор і Капбретон, розділений лише яхтової стоянкою, цікаві вілли в баскському стилі. Бархатистими піщаними пляжами і блакитними бухтами рясніє Середземне море.

Там, де Альпійські гори виходять до моря, знаходиться найвідоміша курортна зона Середземномор'я – Французька Рив'єра. Вона простягнулася вузькою смужкою узбережжя – шириною близько 20 км і довжиною 230 км від м. Ментона у межі з Італією на сході до р. Тулона на заході. Два мисця Жіролата і Порто, природний резерват Скандола з незвичайними порфіровими скелями і бухтами «каланкі» у м. П'яна занесені в Список всесвітньої природної спадщини (1983 рік). До спорідненої категорії – об'єктам Всесвітнього культурно-природної спадщини, що демонструє нерозривний зв'язок між природою і соціумом, віднесений район гори Мон-Пердю на кордоні Франції та Іспанії (1997, 1999 роках). На площі 30,600 га розташовані два найглибших в Європі каньйони (на іспанській стороні) і три великих льодовикових цирків (у Франції). Тутешні пасторальні ландшафти ілюструють сільськогосподарський уклад, раніше вельми типовий для гірських районів Європи, але до теперішнього часу зберігся лише в цій частині Піренейських гір.

Необхідність відновлення фізичних і духовних сил, які людина втрачає в процесі трудової діяльності і повсякденного спілкування сприяє активному зростанню поїздок з метою відпочинку.

Цей вид туризму – один з найдревніших і наряду з туризмом пізнавальним є одним з найбільш стабільних і динамічно розвинених сегментів туристичного ринку, складаючи три чверті всього об'єму світового туризму.

Термін «**рекреація**» є сукупністю етимологічних значень: *recreatio* (лат.) – відновлення; *recreation* (франц.) – розвага, відпочинок, зміна дій, яка виключає трудову діяльність і характеризує простір, пов'язаний з цими діями.

Саме рекреація – відновлення сил є основною метою в цьому виді туризму. Але шляхи досягнення цієї мети є різними для різних категорій відпочиваючих залежно від їх віку, рівня освіти, соціального статусу, особистих інтересів, смаків тощо. Деяка частина рекреантів обирає пасивний відпочинок, але більшість віддає перевагу поєднанню його з розважальними заходами, пізнавальною діяльністю, лікувальними процедурами та заняттями спортом.

Поняття «рекреація» характеризує не тільки процес і заходи щодо відновлення сил людини, але і той простір, в якому це відбувається.

Рекреація – це процес відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних сил людини, який забезпечується системою заходів і здійснюється у вільний від роботи час на спеціалізованих територіях (під час туристичної поїздки з відвіданням національних парків, архітектурних пам'яток, музеїв).

Розвитку міжнародного туризму в регіоні сприяють природні фактори: мозаїчність ландшафтів, поєднання прибережних регіонів і гірських пейзажів.

Різноманітність – це ключове слово, яке найбільше підходить при описі Франції, і найкращим тому підтвердженням служить багатство її культурної спадщини.

Французький народ вніс величезний внесок у розвиток європейської цивілізації. Ще в середні століття тут склався освітній центр – знаменитий університет Сорбонна, в якому впродовж століть отримували путівку в життя молоді люди з різних країн світу.

З Францією пов'язані імена найвидатніших філософів і діячів Просвітництва та Нового часу – Монтеск'є, Вольтера, Ж.–Ж. Руссо, Дідро, Даламбера та ін. Французькі коріння мають такі художні стилі в архітектурі і мистецтві, як позднеготический («полум'яніюча» готика), класицизм, ампір, імпресіонізм, реалізм. Гордістю Франції та всієї Європи є письменники Флобер, Гюго, Бальзак, Стендаль і ін. Нев'януча слава великих французьких художників, винаробів, кутюр'є надає цій країні особливу чарівність. Туристична привабливість Франції пояснюється різноманітністю пейзажів, багатством історичного і художнього надбання, помірним кліматом і легкістю транспортного доступу, а також належним обслуговуванням туристів (готельна справа, парки з атракціонами) і транспортними інфраструктурами.



Культурологія розглядає туризм як важливу складову масової культури.

Туризм вважається як багатомірне соціокультурне та політико-економічне явище, яке сприяє зближенню націй та людей, розширенню культурних контактів та розвитку глобальної спільноти. Отже, культурний ефект від туризму виражається в раціоналізації вільного часу населення, розширення його духовних та фізичних здібностей.

До найбільш популярних пам'яток Парижа відносяться Ейфелева вежа (близько 6 млн. відвідувачів на рік), Центр Помпиду (5 млн.), Лувр (5 млн.), музей д'Орсе (2 млн.), Триумфальна арка (1 млн.), собор Нотр-Дам-де-Парі (1163 рік), церква XIII століття Сен-Шапель, Пале-Рояль, Єлісейський палац (резиденція президента республіки), Монмартр – одні з найвідоміших визначних пам'яток Парижа.

Париж входить до числа найбільш відвідуваних міст світу (25 млн. туристів у минулому році) і є найбільш затребуваним туристичним напрямом на російському туристичному ринку (більше 70% туристів, що прибувають у Францію, обмежують знайомство з цією країною виключно Парижем). Серед інших популярних екскурсійних об'єктів можна виділити Євродіснейленд, Собор Паризької богоматері, замки Луари, передмістя Парижа (Версаль, Фонтенбло, Шартр), Бургундія, Прованс, Марсель, Бордо.

Культурні та історичні багатства Парижа воістину безмежні – 134 музею, 137 театрів і концертних залів, 435 парків. Готельна база Парижа нараховує 1146 готелів на 75 тис. місць, причому 75% з них – готелі туристичного класу.

У Франції зосереджена величезна кількість культурних цінностей, країна володіє прекрасними природними умовами, безліччю місць, пов'язаних з життям і діяльністю різних історичних особистостей. Туризм сприяє збереженню і своєчасній реставрації історичних пам'яток, архітектурних споруд, покращенню екології регіону, починають розвиватись інфраструктура туризму, сервісні служби (дороги, побутові послуги, кав'ярні, ресторани, парки розваг).

У світовій туристській системі, за даними Міжнародної організації праці (МОП) зайнято більше 130 млн. чоловік. Кращі твори мистецтва представляють 6000 музеїв країни. Найвідомішим серед них по праву вважається Лувр.

Колишня фортеця, в'язниця, резиденція французьких королів, академія, Лувр сьогодні – найбільший музей світу. Його виставкова площа складає майже 60 000 м².

Кожен рік цей храм класичного мистецтва приймає близько 6 млн. чоловік.



Звання найбільш відвідуючої будови Франції міцно закріпилося за Центром національного мистецтва і культури Жоржа Помпіду. Побудований в 1977 році, він являє собою вище досягнення будівельного мистецтва в стилі хай-тек. Його конструкція не прихована за фасадом, а виведена назовні для загального огляду.

У будівлі розміщується Національний музей сучасного мистецтва, проводяться тимчасові виставки. Тут же розташована загальнодоступна бібліотека.

Великою популярністю у туристів користується Музей д'Орсе, розташований в залі колишнього залізничного вокзалу і відомий завдяки зборам творів імпресіоністів, Городок науки і техніки «Ля Вільєтт», Музей моди, Музей людини і багато інших визначних пам'яток.

Цим класичним об'єктам культурно-пізнавального туризму конкуренцію складають окремі монументальні, археологічні та нематеріальні культурні цінності – так зване «нова спадщина», з недавніх пір активно використовуються в туристських цілях.

До них відносяться промислові об'єкти, «сільська спадщина», історичні сади, елементи духовної спадщини та ін. У Франції відкриті для публіки більше 700 діючих підприємств. Щорічно вони приймають понад 10 млн. чоловік.

Серед найвідоміших – парфумерні заводи «Грає», підприємства товариства «Рокфор», припливна гідро-електростанція в Ля-Ране. У Бургундії прокладений туристичний маршрут з відвідуванням старовинних рудників і кузень XII–XIII ст.

Інтерес до історії Франції дозволив зберегти, що об'єднуються поняттям «сільська спадщина» – різні об'єкти, які беруть участь у підтримці культурного ландшафту.

Це придорожні розп'яття, млини, голубники, типові селянські будинки, ферми.

Поряд з ними туристів все більше цікавлять історичні сади, часто грають роль своєрідних музеїв. Міжнародне визнання отримали сади «Віландрі» (350 тис. відвідувачів на рік), в яких представлена рослинність 10 природних зон. Окремої згадки заслуговують нематеріальні цінності Франції – національні традиції та обряди, ремесла, гастрономічне мистецтво (французька кухня вважається однією з найвишуканіших і різноманітних в світі), а також різні культурні події – ось що, як правило, залучає велику кількість відвідувачів.

Різні культурні події, що привертають, як правило, велике число відвідувачів. Це, перш за все, карнавали (Ніцца) та фестивалі, тематика яких надзвичайно різноманітна.

Країна багата різноманітними пам'ятниками і пам'ятками, цінують туристами і часто унікальними на будь-який смак (40000). Але не тільки вони притягують величезну кількість туристів. Серед театральних заходів виділяються спектаклі, засновані на великих подіях минулого, якими насичена історія Франції. У Франції щорічно організовується приблизно 2000 фестивалів, з них 32% присвячені класичній музиці, 16% – кіно, 10% – джазу, 7% – танцям, по 6% – театру і вар'єте.



Фестиваль фіалок – Тулуза, Франція – Столиця фіалок запрошує учасників і гостей зі всього світу помилуватися на квіткові творіння і взяти участь у різних тематичних конференціях. Головною подією фестивалю вважається конкурс фіалок.

Крім того, проводяться виставки, працює ярмарок квітів і продуктів, проводяться атракціони, так чи інакше пов'язані з цими красивими квітами.



Фестиваль лимонів – Ментона, Франція – для підготовки цього свята використовується 130 тонн смачних цитрусових плодів. Ментон прикрашається найнеймовірнішими фігурами з лимонів, апельсинів, грейпфрутів. На кілька днів тут виростають апельсинові замки, казкові персонажі з лимонів і величезні їстівні дерева! Вздовж узбережжя проходить парад кортежів золотих фруктів, прикрашених цитрусовими плодами і квітами.

Найбільший кінофестиваль проходить в Каннах. Існують тематичні кінофестивалі – детектива в м. Коньяк, американського кіно в м. Довіль, мультфільмів в м. Ангулем.

Уявлення про багатство культурно-історичного потенціалу країни дає перелік об'єктів, занесених до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

На 1 січня 2007 року 28 об'єктів, що знаходяться у Франції, пройшли по номінації Всесвітньої культурної спадщини. Наявність ресурсного потенціалу, навіть самого багатого, недостатньо для розвитку туризму. Поряд з природним та історично-цивілізаційним факторами, важливою передумовою туристської діяльності є високий рівень соціально-економічного розвитку країни. Франція – одна з провідних західних держав.

На думку дослідників, які аналізують країни з точки зору дистінації подорожей, Франція займає третє місце. Серед інших: 5 % – займають круїзи; 5 % – відвідування культурних та спортивних подій; 10 % – гірський туризм; 9 % – відвідування культурних та спортивних подій; 7 % – спорт. Прихильність до тих чи інших типів організації відпочинку досить суттєво відрізняється по країнах. Можна навіть говорити про національні вподобання типів відпочинку. Франція: 64% – відпочинок, 12% – бізнес, 24% – інші цілі. В подорожах країнами проводять свою відпустку жителі Франції – 32 % . Міжнародних туристів набирається серед французів – до 22 % . Люди з невисоким достатком займають значне місце в туристичному потоці Франції (36 %). Тільки у Франції спостерігається невелика перевага жінок в туристському потоці.

В інших країнах більшість туристичного потоку складають чоловіки, особливо в Італії – 61 %.

Звертає на себе увагу активність людей старшого віку, після 60 років, у Франції, де вони складають 30 % потоку (для порівняння – в Італії 13 %).



Лимузен



Юг - Пиреней



Прованс - Альпы - Лазурный Берег

Лотарингия

Туризм не може розвиватися без взаємодії з навколишнім середовищем, але, керуючи цим розвитком, можна зменшити негативний вплив і збільшити позитивний.

Позитивний вплив включає охорону і реставрацію пам'яток природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників.

І також, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу. Деякі види туристського відпочинку, такі як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають негативного впливу живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій та інше. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, у свою чергу, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

Французький внутрішній ринок туризму відмінний від внутрішнього ринку туризму решті Західної Європи. По-перше, дуже невелика кількість французів проводять свою відпустку за кордоном (приблизно 18% на рік). По-друге, тут існують виражені піки відпускних періодів: шкільні канікули в липні і серпні, короткі різдвяні канікули, канікули в лютому і під час паски. По-третє, французи воліють подорожувати на автомобілях (81% усіх внутрішніх туристів). По-четверте, більшість мандрівників – це міські жителі. Французи воліють зупинитися не в готелях, а в інших місцях розміщення.

Наприклад, у 1990 році в країні було 2,8 млн. «вторинних» будинків. Готелі користуються відносно невеликою популярністю у відпочиваючих узимку. Близько 50% французів проводять відпустку влітку на узбережжі, 25% – у сільській місцевості, 17% віддають перевагу гірським курортам. Узимку картина змінюється, і на узбережжі відпочивають лише 17% французів, 28% – в сільській місцевості і 40% їдуть у гори. Що стосується виїзного туризму, то тільки 5% французів подорожують по покедж-турам і 6% – авіатранспортом.

У літній період особливою популярністю користуються сусідні Іспанія та Італія (разом 40% літніх подорожей). У 1991 році Іспанія прийняла 8 млн. туристів із Франції, а Італія – 7,29 млн. туристів. Останнім часом французи вибирають подорожі в такі віддалені регіони, як США, Азія, Французькі острови Карибського басейну і Французька Полінезія.

Найбільше число ділових подорожей приходить на Німеччину і Великобританію.

Кількість іноземних туристів у Франції за 1980-1991 роках значно зросла, з 29 до 55 млн. чоловік. Одним з основних генеруючих ринків для Франції є Німеччина, звідки прибуває близько 25% гостей, а їхня кількість за те ж десятиліття збільшилася з 8,4 до 13,4 млн. чоловік. За нею слідують Великобританія, Бельгія, Італія, Швейцарія, Нідерланди, Іспанія та ін. Останнім часом тут набуває все більшого поширення сільський туризм.

Основними туристськими країнами цього регіону були і залишаються Швейцарія, де доходи від туризму забезпечують 8% ВВП, і Австрія (12%).

З німецьких гірськолижних курортів можна назвати Оберхоф і Обервізенталь. Коли мова заходить про сільські райони Франції, то особливу увагу хочеться приділити такій важливій частині туристичної спрямованості цієї країни – як екологічний або сільський туризм.

Зовсім недавно Франція кинулася, що називається, в село, і багато хто намагається розібратися з тими причинами, які сприяли цьому процесу. Сільська Франція почала залучати туристів ще в середині минулого століття. Причому, перший інтерес проявили самі жителі цієї країни, які жили в містах. У селі їх приваблювало спокій і самота. Навіть на популярному курорті Лазурного берега домогтися такого умиротворення уявлялося просто нереальним. Також популяризації сільської Франції сприяла криза в промисловості. Але всерйоз сприймати сільський туризм почали лише на початку цього століття.

У Франції різко з'явилося більше 35000 ферм, де побудували для туристів невеликі готелі. Підключилися і уряди регіонів, вони стали вкладати гроші в розвиток доріг, готелів, в реставрацію і популяризацію пам'яток, відродження народних промислів. В результаті рівень відпочинку в селі наблизився до рівня відпочинку в містах.

У Франції була розроблена державна програма підтримки ремонту та реставрації будинків. Правда, сільські жителі, які погоджувалися брати участь у цій програмі, підписувалися зустрічати у себе туристів протягом наступних десяти років.

Програма мала величезний успіх. Сільські жителі навіть почали реставрувати старі комори і переробляти їх під маленькі готелі. Багато дослідників, які вивчали явище розвитку сільського туризму у Франції, кажуть, що завдяки цьому явище села Франції відродилися і ожили. Там стали проводитися фестивалі, ярмарки, відкриватися нові музеї і реставрувати архітектурні пам'ятки. Цікаво, що готелі в селі класифікуються не за наявності зірок, а по наявності класів. Класифікація така ж, як і зірковість готелів: чим більше класів, тим більше респектабельна і комфортний готель перед туристом.

Головні плюси відпочинку в сільській місцевості – це природність і екологічність.

Коли в селі створені всі умови для комфортного і сучасного відпочинку, то таке проведення часу ще більш романтично і цінно. Городяни, які втомилися від столичного шуму, як французи, так і іноземці, вважали за краще не тур в Париж, а усамітнення сіл.

У свою чергу, французькі сільські жителі вирішили використовувати попит на їх природу собі на благо – будувати невеликі готелі для тих постояльців, які хотіли відпочити від міської суєти. Таким чином, сільський туризм потроху став наповнювати казну сільських муніципалітетів. А 10 років тому сільський туризм стали сприймати всерйоз на всій території республіки – тур до Франції тепер означає не тільки прогулянку по Єлисейських полях, а й проживання в селі у французькому Провансі, або іншій області країни.

Сільський туризм в зародку свого розвитку породив відродження безлічі невеликих населених пунктів, адже для того, щоб туризм розвивався і приносив гроші, потрібно розвивати інфраструктуру. В невеликих селах почали ремонт доріг і комунікацій, реставрацію будинків і історичних пам'ятників і, що важливо у Франції розробили спеціальну програму, яка підтримує сільський туризм. Вона передбачає, щоб комфортабельність для туристів, які приїхали у французьку провінцію, був не меншим, ніж, наприклад, якби вони приїхали на відпочинок в Амстердамі.

Для того, щоб туристи повернулися в село, в якій колись відпочивали, необхідно забезпечити їм всі зручності, і тому програма уряду Франції передбачала не тільки реставрацію будинків, але і відкриття регіональних представництв банків, щоб іноземцям було зручніше. Для туристів комфортабельність проживання в таких місцях була піднята до міського рівня. Завдяки сільському туризму колорит Франції став ще більш легендарним і тепер багато туристичних фірм по всьому світу пропонують своїм клієнтам відвідувати не тільки Париж або Лазурний берег, а й невеликі села з приватними міні-готелями, які, однак, нададуть вам такий прийом, якого не чинила жодна столиця світу.

Цікаво, що гостьові будинки у французьких провінціях класифікуються також, як готелі – тільки не зірками, а колоссям, оскільки це особливий підвид туризму і готельного господарства. Чим більше класів – тим вище рівень місця, де ви плануєте зупинитися.

Урядом Франції в 1967 був прийнятий план спільного розвитку сільської місцевості і туризму в Аквітанії. Фінансування плану здійснювалося приватним сектором, а координація розвитку покладалася на урядову комісію.

Згідно з планом, прибережний район ділився на 16 секторів, 9 з яких мали розвиватися для туризму, тобто облаштовувалися пляжі, зони відпочинку на озерах і місця розміщення для водних видів спорту. В останніх 7 секторах (зелених зонах) передбачалося збереження ландшафту і дикої природи. Планування і будівництво нових засобів розміщення здійснювалося з метою задоволення потреб внутрішнього туризму країни. Для туристів, які люблять подорожувати по країні, у Франції отримала розвиток мережа автотуристичних кемпінгів, прив'язаних до сільської місцевості. Всі кемпінги країни перевіряються на відповідність національним стандартам сервісу і отримують категорійний сертифікат.

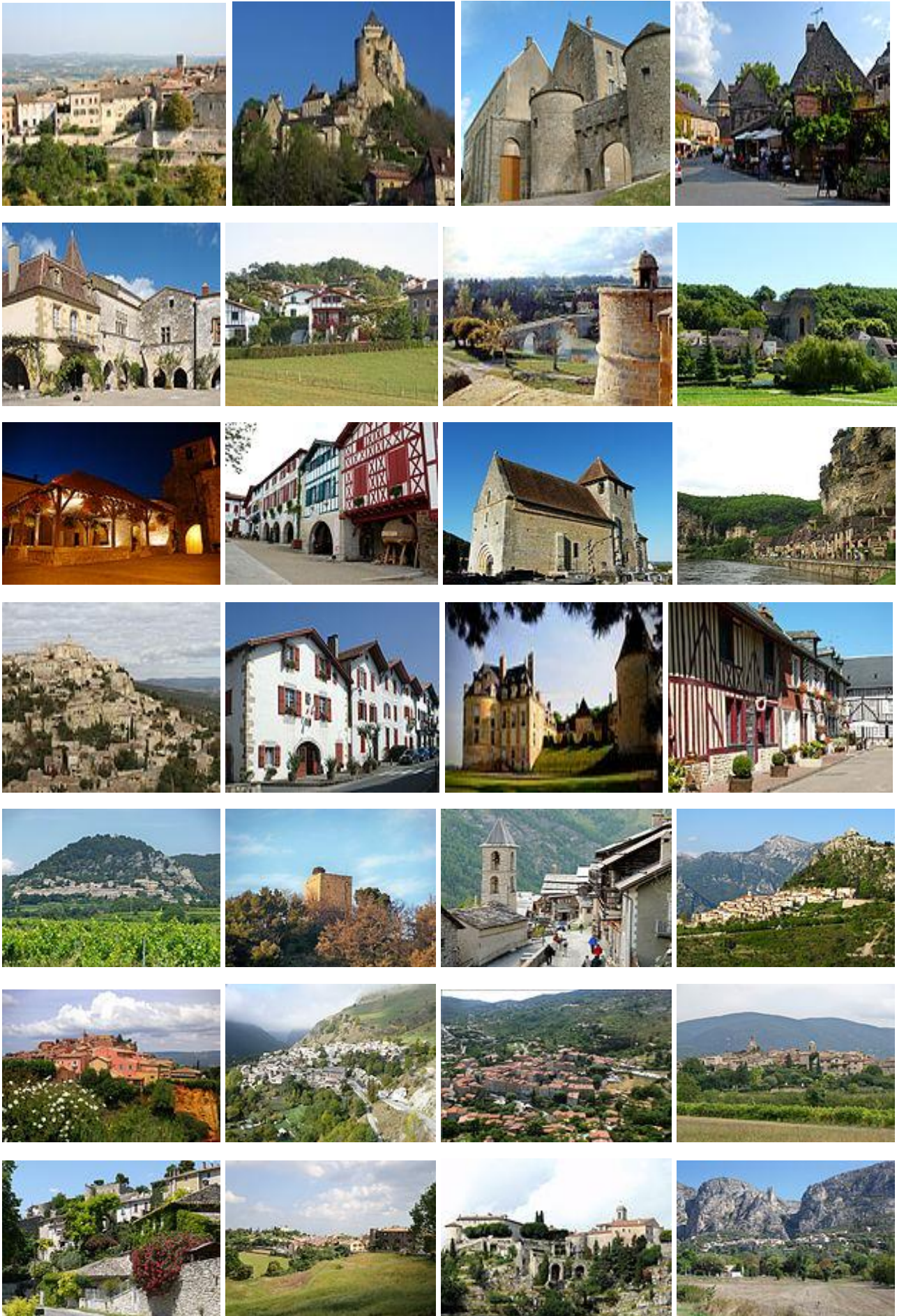


За цим планом передбачалися: збереження вже існуючих курортів, таких як Аркашон і Біаріц, оновлення і розширення існуючих поселень, наприклад, Лакано, і, нарешті, побудова нових курортів, наприклад Молець. Планування і будівництво нових засобів розміщення вироблялися з метою задоволення потреб внутрішнього туризму країни.

До 1982 року 28% місць для ночівель знаходилося в таборах відпочинку, а частка готелів і гостьових будинків складала всього 13%, в той час як 46% складали «вторинні» будинки. З початком реалізації проекту туризм почав значно розвиватися, навіть в роки економічного спаду в 80-х роках. Берег Лангедок–Руссільон до 60-х років нашого століття не був розвинений для туризму і відпочинку. Піщані дюни берега відділені від основних земель болотами і мілководними лагунами, багатими москітами.

У 1964 році французький уряд з метою заохочення розвитку туристського сектора регіону розробив програму розвитку регіону. Згідно з цією програмою передбачалося будівництво п'яти туристських поселень, з'єднаних швидкісними дорогами й автомобільними трасами. Північна група курортів займає морський піщаний берег протяжністю 20 км південніше і західніше історичного міста Ажуа-Морте. У 1990 році на його освоєння було виділено 24% усіх коштів, призначених для розвитку туризму всього регіону.

З курортів, побудованих раніш, серед туристів популярні Сарнон і Палава, а курорти Камарг і Ла-Гранд-Мот побудовані відносно недавно. Останній є великим курортом зі своїм знаменитим яхт-клубом. Інша група курортів під загальною назвою Ту розташовується на піщаному березі довжиною 30 км і включає такі відносно старі курорти, як Сет, Мезе і Марсель, і молодий курорт Кап д'Адг. На озері Ту розвинули водні види спорту. Ця група має чверть ліжко-місць усього регіону. Далі йдуть групи Вальрас-Груссан, Люка-Баркарес (22% ліжко-місць усього регіону і гарний яхт-клуб поблизу міста Баркарес), Кані-Аржелес (13% ліжко-місць усього регіону і яхт-клуб поблизу).



Аквитанія

Особлива увага приділяється рекреаційному використанню Піренейв, атлантичного узбережжя, пошуку мінеральних вод з метою розширення мережі бальнеологічних курортів, розвитку агротуризму тощо. В сільському туризмі це вдало поєднується з можливістю туризму малими групами і сімейного відпочинку.

Отже, найважливішим фактором успішного впливу на мету та мотивацію вибору відпочинку у сільській місцевості стало те, що продукт сільського туризму чітко відповідає запитам нового споживача, який складає найбільший сегмент платоспроможного попиту.

Розглядаючи питання ролі туризму в процесі екологізації суспільного життя, необхідно розуміти сутність поняття **екологічності туризму**. Екологічність чи не екологічність туризму визначається мірою та характером впливу індустрії туризму на оточуюче середовище, тобто на атмосферу, водні ресурси, ґрунт, флору та фауну.

Вплив, попри матеріальний характер, може бути також шумовим, електромагнітним, радіоактивним, хоча і всі останні фактори мають матеріальну природу.

Поняття екологічності туризму також включає в себе конкретні міри по захисту та відновленню оточуючого середовища. Оскільки саме туристсько-рекреаційні ресурси є основним фактором успішного розвитку туризму, в цілому негативний вплив підприємств даної сфери значно нижчий, ніж у багатьох підприємств інших галузей.

З даного формулювання випливає, що під екологічністю туризму варто розуміти весь спектр впливу даної індустрії та оточуючого середовища в розширеному розумінні.

У країнах ЄС як «першої», так і «другої» хвилі розвитку сільського туризму розглядається як один із провідних напрямів розвитку туристичної сфери, що знаходить висвітлення в національних концепціях розвитку туризму.

Французька модель організації сільського туризму більш складна, ніж британська.



Досліджуючи досвід розвитку сільського туризму Франції визначено, що, крім економічних, розвиток сільського туризму передбачав соціальні цілі, завдяки чому:

- ліквідовано економічну деградацію сільських районів;
- скорочено міграцію сільського населення до міст;
- збережено й відтворено культурну спадщину та національну самобутність сільських регіонів.

Як вид підприємницької діяльності сільський туризм став соціально-економічним важелем щодо рекогносцирування частини аграрного населення зі сфери виробництва в сферу послуг. Модель розвитку сільського туризму ґрунтується насамперед на використанні ресурсів домашніх господарств як засобів розміщення й туристичних ресурсів регіонів (як сільських, так і міських).

Основна ідея розвитку сільського туризму орієнтована на розвиток малого сімейного готельного господарства в сільських регіонах як найбільш ефективної форми організації бізнесу.

Базуючись на тенденціях розвитку сільського господарства і реальних можливостях економіки, програми розвитку сільського туризму формувалися за такими напрямками:

- уряд приймав рішення про напрями державної підтримки сільського туризму;
- створювалася система пільгового кредитування агротуристичних господарств для реконструкції будинків для прийому туристів;
- організовувалися асоціації суб'єктів сільського туризму;
- створювалися інформаційно-рекламні портали щодо підтримки суб'єктів сільського туризму в мережі Інтернет. Ці організаційні засади стали основою створення моделі розвитку сільського туризму в більшості європейських країн, яка реалізується завдяки прийнятій на загальнонаціональному рівні комплексній соціально-економічній стратегії, спрямованій на підтримку сільських регіонів.



Одним із компонентів стратегії є підтримка розвитку мережі засобів розміщення (мікроготелів) на базі існуючого в сільській місцевості житлового фонду й сільськогосподарських (ферми, пасіки, рибальські господарства) та спеціалізованих об'єктів.

Реалізація моделі розвитку сільського туризму крім економічного аспекту має також певне ідеологічне навантаження. Як було зазначено вище, розвиток туризму в європейських країнах пов'язують з вирішенням соціокультурних завдань.

Аналізуючи європейські державні та локальні програми щодо розвитку цього виду туризму, слід зазначити, що в процесі формування відповідних концепцій велике значення надавалося збереженню національної й етнокультурної спадщини.

А також природного й історико-культурного середовища перебування туристів, архітектурно-історичного простору, відродженню та пропаганді традиційних цінностей і способу життя. Провідна роль при цьому належить місцевим структурам.

У Франції представлено безліч варіацій сільського туризму. Для півдня Франції характерне поєднання сільського і купальні-пляжного туризму. Так, в сільських населених пунктах, розташованих в прибережній зоні, будуються цілі котеджні селища для туристів.

В Австрії, Англії, Франції, Німеччині та інших країнах відпочинок на селі існує як постійна туристична пропозиція вже кілька (навіть кілька десятків) років.

Практично жодна країна «першої хвилі» (Італія, Франція й ін.) не зверталася до сільського туризму як форми малого бізнесу на селі від доброго життя.

Як правило, визначальним чинником була втрата конкурентоздатності основних агрономічних продуктів на міжнародному ринку і необхідність реструктуризації сільського господарства.

Мета підвищення його ефективності, що неминуче призводить до скорочення числа зайнятих в основному виробництві і ставить проблему створення робочих місць на селі.

Найважливішим фактором звертання до сільського туризму став переділ європейського аграрного ринку в зв'язку з утворенням ЄС, що поставило національних сільських товаровиробників багатьох країн Європи в зовсім нові умови конкуренції в зв'язку з уведенням системи квотування, що обмежила обсяги національного сільгоспвиробництва в ЄС і неможливістю проведення відкритої протекціоністської політики (захисту національних сільськогосподарських товаровиробників). Не випадково сільський туризм у 80-х роках одержав розвиток саме в Західній Європі, коли були прийняті заходи для регулювання аграрного сектора ЄЕС, спрямовані на підвищення його конкурентоздатності в порівнянні з провідними світовими експортерами агрономічної продукції.

Сільський туризм спочатку розглядався виключно як своєрідний «соціальний амортизатор» при реструктуризації аграрного сектора економіки, дозволяючи перевести надлишок трудових ресурсів в альтернативний сектор виробництва послуг і створювати нові робочі місця в сільській місцевості. Не випадково політика підтримки сільського туризму в ЄС спрямована на економічні відсталі райони.

Одним з факторів звертання до сільського туризму лідерів «пляжної» і «музейної» туристичної індустрії є необхідність переорієнтації, розосередження туристичних потоків.

Найважливішим фактором стає екологічний імператив: необхідність знизити навантаження на навколишнє середовище, особливо, в прибережних та курортних зонах.

На початку XXI століття індустрія сільського туризму визнається експертами ВТО як суттєвий, найбільш динамічно зростаючий сектор світового туристичного господарства.

Обсяги надання агротуристичних послуг у постіндустріальних країнах нині практично в 2-4 рази перевищують обсяги зростання готельної бази і курортного сервісу в цих країнах.

Соціологічні дослідження, які регулярно проводять експерти Європейської федерації фермерського і сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism), виявили цікаві дані щодо ринку споживачів агротуристичних послуг у Європі.

Зі 100% туристів, які скористалися подорожами сільського туризму:

- 35,2 % – через «втечу» від напруженого ритму міського життя, занурення в неквапливий сільський побут, насолодження можливістю заслуженого цілковитого неробства;
- 20,2% – можливістю поєднати відпочинок з активними самодіяльними подорожами (пішохідними в гори, чи автомобільними – регіоном з метою знайомства з його історико-культурною спадщиною);
- 17,3% визнали, що основною спонукую їхньої подорожі виступало прагнення відпочинку на природі й спілкування зі світом живого;
- 11,9% – з іншими пріоритетними цілями.
- 10,4% – з метою родинного відпочинку і більшого приділення уваги своїй родині і дітям, 5,0% – з метою занять спортивним туризмом і використання для цього дешевшої нічліжної бази;

Щодо вікової структури рекреантів, послугами сільського туризму користується, головним чином, молодь (до 33 років), яка проживає у великих містах (більше 100000 мешканців) – цей сегмент становить 86,7% сумарної кількості агротуристів.

На завершення розгляду світового досвіду організації сільського туризму звертаємо увагу на нові тенденції його розвитку, пов'язані з процесом глобалізації.

Глобалізація у туристичній сфері, передусім, передбачає зникнення будь-яких бар'єрів у міжнародних туристичних обмінах, туристичне «зменшення» земної кулі завдяки здешевленню трансконтинентальних авіа перельотів та створенню більш-менш однорідною за рівнем сервісу туристичної інфраструктури у всіх без винятку країнах світу тощо.

Глобалізація в сільському туризмі й агротуризмі набирає обертів, перш за все, через запровадження глобальних банків даних агротуристичної пропозиції планети та механізмів глобальної електронної торгівлі цими послугами.

Насамперед, продукт сільського туризму відповідає новим умовам постіндустріального суспільства, новим запитам основного споживача туристичної продукції – середнього класу, враховує особливості його способу життя, психологічні і культурні потреби, нову ціннісну орієнтацію.

Сільський туризм визначається в загальній економіці туризму як туристичне підвищення вартості сільських просторів, природних ресурсів, культурного надбання, сільських традицій, продуктів ґрунту, що покривають потреби споживачів у притулку, рекреації, в діяльності сфери дозвілля, і різних послуг, з метою тривалого місцевого розвитку та відповіді, що відповідає потребам в дозвіллі у сучасному суспільстві.

Він об'єднує різноманітні поняття: сільський туризм, зелений туризм, туризм в кампанії, агротуризм, туризм природи, приємний туризм.

Сільський простір (80% французької території) приймає 28,7% всіх французьких і іноземних туристів на всій національній території. Туристичні витрати в кампаніях оцінені в 2010 році приблизно в € 19 млрд., Тобто 19,2% особистих туристичних витрат, глобально здійснених на національній території, оцінених в € 73 млрд.

Сільський туризм Франції представляє Національна організація будинків відпочинку и зеленого туризму (Maison des Gites de France et du Tourisme Vert). Ця організація пропонує агрооселі на будь-який смак и вид відпочинку, сертифіковані за високими Національними стандартами сервісу. Якість такого відпочинку контролюється і сертифікується DDASS – міністерством охорони здоров'я і соціального забезпечення Франції. Система обліку дозволяє детально враховувати кількість окремих видів поселення.

Оселі аграрних районів Франції розрізняються не лише за зірковістю (від простих сільських будиночків до вілл і приватних історичних замків, а й за етногеографічною ознакою: оселі Шампані, Провансу, Гасконі, Нормандії, Савойї мають свій особливий шарм, якого не знайдеш у жодній іншій провінції чи регіоні Європи.

У Франції розроблена спеціальна програма дитячого відпочинку в сільській місцевості на протязі шкільних канікул. Діти від 3 до 13 років запрошуються для проживання у сім'ї, піклування про свійських тварин (ягнята, поросята, кролики), активних ігор на природі зі своїми сільськими ровесниками, цікавих походів і пригод. Також, у селі діти мають змогу вивчати народні танці і художні промисли, фольклор краю, іноземні мови.

Альтернативу відпочинку у сільських господарів становлять так звані «курортні селища», які виникають у місцевостях з мальовничою природою (в (чи поблизу) національних і регіональних ландшафтних парків).

У Франції діє спеціальна інвестиційна програма «Gotes de France programme, chalets-loisirs» розбудови інфраструктури «курортних селищ»; селища ці складаються з 3-25 дерев'яних будиночків-шале, розрахованих на 4-6 гостей кожен.



Крім того, з метою популяризації агроекотуризму, у національних природних парках Франції створено мережу так званих «панда-отельчиків» (Panda-Gotes), які сертифіковані WWF і відповідають таким трьом вимогам:

- «вписуються у природний ландшафт і мають помірний рівень сервісу, що не вимагає значних затрат ресурсів,
- дотримуються умов захисту навколишнього природного середовища (використання екотехнологій),
- пропонують гостям програми екотуристичного супроводу, оренду біноклів, довідники-ідентифікатори фауни, топокарти з нанесеними екотуристичними маршрутами, екотуристичні брошури тощо.

Дослідження економічної ефективності і впливу сільського туризму були проведені організацією «D'tente Consultants» у 2009 році на основі статистичних даних.

Загалом розвиток сільського туризму у Франції сприяє помітному збільшенню рівня зайнятості та прибутків, а також сплачених податків. Було підраховано, що кількість грошей, витрачених туристами за рік, складає €735 млн., за річного обігу €435 млн. і 8170 проплачених ночівель. Якщо звернутися до агротуризму, то у Франції він сильно тяжіє до садівничим та виноградарським підприємствам.

Цікаво, що проживання в будинках фермерів набагато менш популярне, ніж, наприклад, у Німеччині. Тому основним засобом розміщення туристів є маленькі котеджі-апартаменти. Французи воліють самостійно готувати собі їжу, використовуючи екологічно чисті сільські продукти. Поєднання сільського та пізнавального туризму також характерно для Франції. У 1971 році у Франції створюється асоціація «Туризм в сільській місцевості», яка і понині займається організацією сільського туризму в національному масштабі.

У результаті її активної діяльності все більше французів вибирають відпочинок в сільській місцевості. Зростає потік агротуристів за кордону, в основному німців, англійців, бельгійців та голландців. Щоб охопити всі департаменти країни, сучасна політика розвитку сільського туризму має бути досить гнучкою. З цією метою державні структури всіляко стимулюють створення туристських організацій на місцях, які змогли б провести оцінку потенціалу території для розвитку сільського туризму і визначити проблеми, які потребують першочергового вирішення. При розробці стратегії були враховані можливі негативні наслідки розвитку масового сільського туризму:

- збільшення антропогенного тиску на сільську природу;
- зростання придбань нерухомості в сільській місцевості та безпосередньо в сільських населених пунктах;
- будівництво котеджних селищ, що не вписуються в патріархальні сільські ландшафти;
- пожвавлення підприємницької активності в сільській місцевості, в тому числі перенесення деяких виробництв, небезпечних в екологічному плані;
- можливість зміни сільської культури і способу життя під впливом міської культури.

У Франції паралельно реалізуються різні концепції агротуризму: приморські агрооселі, кінні ферми, винні агросадиби, гірськолижні шале, панда-агroeококоtedжі у національних парках, замки у сільській місцевості, рибацькі оселі. Альтернативу відпочинку у сільських господарів становлять так звані «курортні селища», які виникають у місцевостях з мальовничою природою поблизу національних і регіональних ландшафтних парків).

У Франції налічується понад 700 замків і палаців вишуканих архітектурних стилів, сертифікованих для прийому агротуристів. Нагляд за функціонуванням помешкань для туристів здійснює Міністерство Сільського Господарства і Міністерство Туризму. Існує Державна Федерація Гостинних Помешкань і Організація Гостинних Кімнат (Gites de France).

Окремо функціонує мережа господарств «Вітаємо в Господарстві», знак якості якої визнає Постійне Об'єднання Будинків Селянина (L'APCA), створено Кваліфікаційну Карту Сільських Помешкань і Обладнання Сільського Туризму. Державна організація діє через мережу окремих бюро, які мають свої представництва у всіх 97 французьких департаментах і сільських радах. Відбувається стрімкий перехід від моделі SSS («Sea – Sun – Sand» – «Море – Сонце – Пляж») до моделі LLL («Lore – Landscape – Leisure» – «Знання – Ландшафт – Дозвілля»). Крім того, утверджується тенденція до індивідуалізації пакета турпослуг.

На завершення розгляду світового досвіду організації сільського туризму звертаємо увагу на нові тенденції його розвитку, пов'язані з процесом глобалізації.

Глобалізація в сільському туризмі й агротуризмі набирає обертів, перш за все, через запровадження глобальних банків даних агротуристичної пропозиції планети та механізмів глобальної електронної торгівлі цими послугами.

Поряд з рекреаційним і діловим ефектом, необхідно враховувати і зростаюче значення комунікативного аспекту туризму: посилюється число туристичних поїздок з метою комунікації і встановлення гуманітарних контактів, відвідування друзів і знайомих; розвивається релігійний та етнічний туризм. Французи вважають, що можливості розвитку їхнього рекреаційно-туристичного господарства далеко не вичерпані. У даному випадку пропонується проаналізувати роль та значення туристичного іміджу серед конкурентних переваг регіону, показати його здатність активізувати внутрішній потенціал території і виступати, таким чином, певним територіальним ресурсом, що впливає на становище регіону.

Останнім часом проблемам міського туризму як одному з перспективних напрямів туристської діяльності приділяється велика увага на міжнародному, регіональних і національних рівнях. За останні 10 років його обсяг більш ніж подвоївся. У 2011 році на міський туризм в Європі довелось 38% всіх туристських прибуттів.

Місто – це найскладніший соціально-економічний організм, багатогалузевий господарський комплекс, культурно-історична освіта, уособлення синтезу мистецтв і майданчик для найбільших подій в історії людства. Міста мають дивовижну притягальну силу для мільйонів людей землі. Вони не тільки вибирають міське середовище як місце постійного проживання, а й прагнуть у міста як до декорацій відпустки або вихідного дня.

Найбільш великим є розподіл міських туристичних центрів на дві групи:

- Міста, де туристська індустрія виконує містоутворюючу функцію. Як правило, до цієї категорії відносяться малі, рідше – середні міста.

- Міста, де туристська індустрія не виконує містоутворюючу функцію, але є невід'ємною частиною міської економіки. До них відносяться більшість середніх, всі крупні міста і мегаполіси, в яких туризм не єдина, але одна з багатьох галузей спеціалізації.

Залежно від туристської спеціалізації розрізняють наступні види міських туристських центрів: *культурно-пізнавального, ділового, подієвого туризму, міста-курорти, лікувальні та центри паломництва.*

Багато міст, головним чином великі, і мегаполіси є поліфункціональними. У них розвиваються відразу кілька видів туризму, часто культурно-пізнавальний, діловий і подієвий.

Париж, Лондон, Рим, Берлін є світовими центрами культурно-пізнавального туризму і одночасно лідирують у сегменті **ділового туризму**.

Діловий туризм – найбільш дохідний і динамічно розвивається як сегмент світового туристського ринку. У 2011 році ЮНВТО зареєструвала 200 млн. ділових поїздок, на які припадало близько 30% всіх міжнародних туристських прибуттів.

Доходи від ділового туризму склали приблизно \$180 млрд. або 40% загальних надходжень від міжнародного туризму. Діловий туризм – явище порівняно нове. Він почав бурхливо розвиватися з 1980-х років на хвилі глобалізації і пов'язаної з нею інтенсифікації ділових, наукових і культурних обмінів, а також зміни частки середнього класу.

За цей час в індустрії ділового туризму склалася стійка організаційна структура, з'явилися і оформилися асоціації, наукові та освітні установи, спеціалізовані друковані видання. Діловий туризм або індустрія зустрічей – ємне поняття. У його структурі виділяються два сегменти – класичні ділові поїздки (КДП) і сегмент, назва якого утворює відома англійська аббревіатура MICE. Аббревіатуру складають перші букви англійських слів:

- Meetings – М (зустрічі),
- Incentives – І (інсентив-заходи),
- Conventions – С (конференції),
- Exhibitions – Е (виставки).

Діловий туризм (бізнес-тури, ярмарки, конференції, симпозиуми та ін.) є невід'ємною частиною сучасного виробничого процесу. До самої середини 80-х років статистика туризму не виділяла діловий туризм в самостійний предмет дослідження, тому практично неможливо простежити довгострокову динаміку його розвитку. Два сегменти індустрії ділового туризму розрізняються як по суті, так і за формальними ознаками. За цільовим установкам КДП – це «власне робота на виїзді» (відрядження з конкретними службовими цілями – реалізацією бізнес-функцій компаніями і фірмами) або поїздки для укладання нових контрактів в сфері бізнесу (свого роду «момент істини» у роботі суб'єктів бізнесу).

MICE-заходи – це, як правило, «обслуговування» власне бізнес-діяльності фірм (обмін досвідом, презентація товарів та послуг, підготовка майбутніх договорів і т.п.), тобто робота на перспективу, або здійснення допоміжних функцій (заохочення співробітників і т.п.).

Цільові відмінності відбиваються у специфіці організації КДП та MICE-поїздок. Концепція поїздки в сфері MICE значно складніше, ніж концепція КДП. Для її розробки запрошуються спеціальні компанії-організатори.



На відміну від КДП, розрахованої на невелике число учасників (її можна назвати індивідуальною), MICE–захід збирає, як правило, широке коло осіб. В цілому структура ділового туризму багатогранна: ділові поїздки приймають самі різні форми, поєднуються між собою (одна поїздка може переслідувати декілька цілей), комбінуються із загальноприйнятими формами класичного туризму, з рекреацією. Іноді дуже важко відокремити один сегмент ділового туризму від іншого. У сучасній структурі міжнародного ділового туризму превалюють класичні ділові поїздки (70% всіх ділових поїздок). Частка поїздок на конгреси і конференції складає більше 15%, на виставки і ярмарки – більше 11%.

Приблизно 3-4% поїздок доводиться на інсентив-тури.

- Поїздки на конгреси, конференції, саміти, симпозиуми виділяються особливим складом учасників.
- Поїздки на виставки і торгові ярмарки. Ці заходи проводяться для презентації продуктів і послуг з метою інформування гостей та стимулювання продажів.
- Інсентив-заходи. Поява інсентив-туризму відноситься до 1960-х років. А його розквіт припав на 1970-1980-і роки. Компанії (корпоратори) беруть участь у інсентив-заходах з двох причин.

По-перше, для підтримки зовнішнього іміджу фірми: 50% компаній у всьому світі проводять їх, щоб запровадити новий продукт, 35% – для збільшення обсягів продажів, і з цією метою запрошують на захід дилерів та партнерів.

По-друге, для зміцнення внутрішньокорпоративного клімату шляхом заохочення співробітників (15% компаній). Середня тривалість інсентив-туру складає 6-7 днів.

У складі інсентив-груп домінують керівний персонал (31%) і менеджери з продажу (26%), на партнерів припадає близько 29% і дистриб'юторів – 14%.

Європейський регіон займає перше місце в світі по числу міжнародних туристських прибуттів з діловими цілями і величиною витрат на діловий туризм (відповідно 50 і 39% загальносвітових значень). Кожна друга туристська поїздка в Європі робиться у справах фірми, для участі в конференціях, виставках або є інсентив-туром.

Велика їх частина (80%) припадає на країни Західної Європи.

Глобалізація у туристичній сфері, передусім, передбачає зникнення будь-яких бар'єрів у міжнародних туристичних обмінах, туристичне «зменшення» земної кулі завдяки здешевленню трансконтинентальних авіа перельотів та створенню більш-менш однорідною за рівнем сервісу туристичної інфраструктури у всіх без винятку країнах світу тощо.

Новий клієнт індустрії туризму – середній клас постіндустріального суспільства.

Це людина, що живе у напруженому часовому графіку, мобільна, добре інформована.

Але вона значну частину свого часу обмежена «нездоровим» урбаністичним простором і умовами сучасного міста. У її життєвих установках домінує орієнтація на «екологічність» в усьому – місці та умовах проживання, харчуванні, дозвіллі; індивідуальний стиль проведення часу, автономність. Специфіка способу життя потенційного клієнта і його нова психологічна орієнтація вимагають нового підходу до організації відпочинку і дозвілля, тобто – для туристичної індустрії – нової концепції і нового наповнення турпродукту.



Екстремальний туризм – це постійний ризик і прагнення до мети, це життя на межі людських можливостей, це бажання побачити і відчувати навколишній світ.

Захоплення людей екстремальним туризмом зростає з кожним роком.

За деякими оцінками, на частку цього сегмента припадає більше 10% туристського ринку в світі, а темпи зростання екстремальних поїздок перевищують середні темпи зростання туризму в цілому. До екстремального туризму долучаються люди різних віків і професій, що мають різне сімейне і суспільне становище, істотно відрізняються рівнем культури і фізичного розвитку. Деякі зарубіжні фахівці пояснюють феномен екстремального туризму зміною моралі та смаків, які сталися на Заході за останні роки.

Суспільство потребує лоскочуть нерви розвагах, як в наркотик. Вони стають своєрідним товаром на «ярмарку марнославства»: зараз, коли поїздки в найдальші краї доступні для багатьох, «вершки суспільства» прагнуть виділитися, піднятися над масою будь-яким шляхом. У тому числі і таким. Історія екстремального туризму тісно пов'язана з історією розвитку екстремальних видів спорту, серед яких скайсерфінг, трекінг, хелі-скі, фрі-райд, рафтинг і т.д. В даний час екстремальний туризм включає різні спортивні види відпочинку, пов'язані з ризиком, і являє собою дуже строкате явище.

Скайсерфінг – стрибки з лижею на виконання різних фігур у вільному падінні – відносно молодий вид парашутного спорту. За короткий термін набув бурхливого розвитку.

Людина, що виробляє різні фігури в повітрі з дошкою (широкою закругленою лижею, схожою на сноуборд), називається *лижником*.

Аеродинаміка *лижника* дуже відрізняється від простого вільного падіння при стрибку з парашутом, тому стрибки із лижею вважаються своєрідним видом спорту.

Скайсерфінг – екстремальний і досить небезпечний спорт. У вільному польоті можуть скластися непередбачені обставини. Щоб лижа не заважала в аварійних ситуаціях, існує механізм її відчеплення.



Треккинг (піші походи) – це вид активного відпочинку, пішохідна туристична подорож. Основна мета треккинга як пішого походу – не лише помилуватися красою природи, але і оздоровитися під час перебування в природному середовищі.

Піший похід гарантує нові враження і захоплюючі події, тому туристи часто віддають перевагу треккингу, а не пляжному туризму.

Треккинг – відпочинок в русі, можливість сповна насолодитися красою природи далеко від міської метушні. Треккинг-тури в основному розраховані на людей без досвіду.

Для досвідчених туристів-пішоходів розроблені спеціальні треккинг-маршрути. Швидкість переміщення групи туристів під час треккинга – близько 4-6 годин в день з урахуванням зупинок на відпочинок. У решту часу мандрівники насолоджуються повноцінним відпочинком. Головна особливість треккинга – природний режим дня (прокидання зі сходом сонця і відхід до сну після заходу) при переходах з однієї стоянки на іншу.

Хели-ски (англ. Heliskiing) – різновид гірськолижного спорту, фрірайду, сутність якого полягає в спуску по недоторканим сніжним схилах, далеко від підготовлених трас з підйомом до початку спуску на вертольоті. Використання вертольота для підйому дозволяє знаходити різні варіанти спусків з гір в умовах первозданної, недоторканої вторгненням людини природи, куди іншим способом швидко піднятися немає можливості.

Фрірайд (англ. – freeride) – катання на сноуборді або гірських лижах поза підготовленими трасами і, поза областю обслуговування гірськолижної індустрії. Вважається, що саме при катанні по незайманому снігу якнайповніше розкриваються всі можливості сноуборду і гірських лиж.



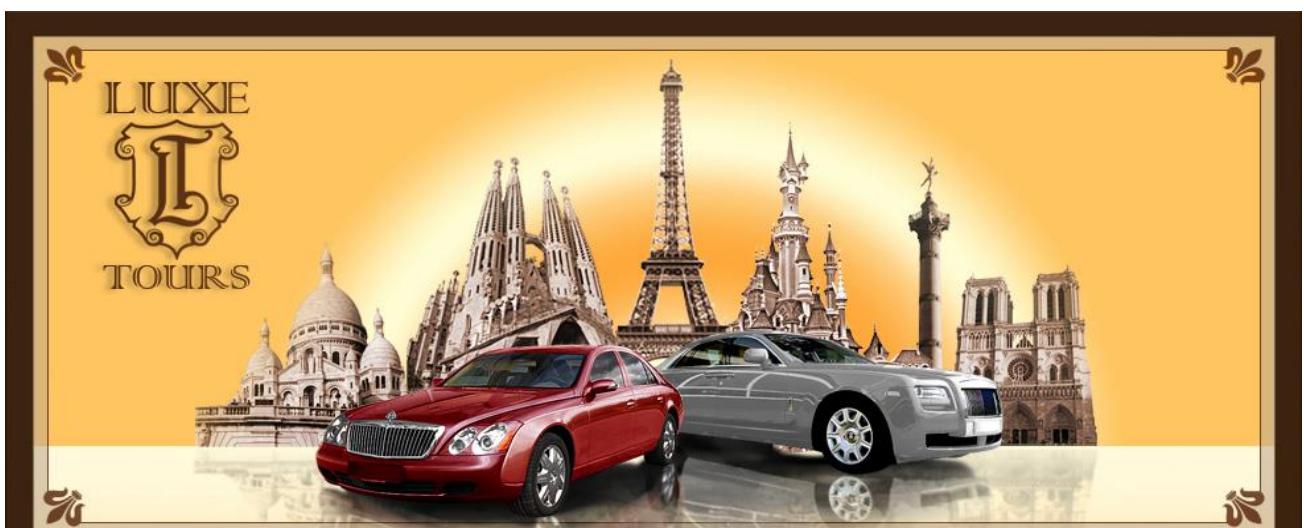
Франція займає чільне місце за рівнем розвитку **гастрономічного** і **винного туризму**.

Гастрономічний туризм передбачає туристські поїздки в цілях знайомства з кухнею того чи іншого регіону. У цьому випадку туристи-гурмани зупиняються на фермах, що пропонують повний пансіон. Безпосереднє проживання в хазяйському будинку виявляється важливим моментом, оскільки багато туристів бажають не тільки покуштувати на смак місцеві делікатеси, але і ознайомитися з процесом приготування цих страв і дізнатися їх рецепт.

Винний туризм є «обличчям» французького сільського туризму.

За цією назвою ховається безліч туристських занять: дегустація вин і шампанських; відвідування декількох виноробних господарств, що виробляють однойменні сорти вин; вивчення технологічного процесу виноробства на аматорському та професійному рівнях; ознайомлення з правилами подачі вина до столу і сполучуваності його з гастрономічними стравами; колекціонування марочних вин.

Туристичні витрати в кампаніях оцінені в 2010 році приблизно в € 19 млрд., тобто 19,2% особистих туристичних витрат, глобально здійснених на національній території, оцінених в €73 млрд. Приклади розвинених в туристичному відношенні країн (Іспанія, Туніс, Італія, Греція, Франція, Австрія), де в секторі обслуговування працює від 20% до 50% зайнятого населення показують, що з трьох нових професій, як правило (особливо для молоді), дві можуть виникнути саме в туристичній сфері. На розвиток туризму впливають соціально-економічні та природно-географічні чинники, такі як високий рівень індустрії туризму, великий досвід його організації, політичні чинники. Тому підготовка спеціалістів європейського рівня є нагальною потребою у Франції.



1.4. Аналіз міжнародних, національних і регіональних вимог щодо професійної підготовки фахівців сфери туризму

Зарубіжна Європа – основний туристичний район світу. Франція є найбільш відвідуваною країною світу. У Західну Європу, згідно з документами ООН, входять Франція, Німеччина, Бельгія, Нідерланди, Ліхтенштейн, Люксембург, Австрія, Швейцарія, Великобританія, Ірландія. Західна Європа залучає близько 65% іноземних туристів.

На початку 60-х років частка Європи у світових туристичних потоках перевищувала вже 60%, а до початку 90-х років, незважаючи на конкуренцію з боку США, Австралії, багатьох країн, що розвиваються, вона піднялася до 65-70%. Європейський туристичний бум, що триває вже багато десятиліть, можна пояснити кількома причинами.

По-перше, розвитку міжнародного туризму в регіоні сприяють природні фактори.

До їх числа відносяться багаті і різноманітні природно-рекреаційні ресурси, надзвичайна звивистість берегової лінії та наявність великого числа бухт, заток, внутрішніх морів, тисячі кілометрів морських пляжів, густа річкова мережа, мозаїчність ландшафтів і поєднання на сусідніх територіях прибережних і гірських пейзажів.

По-друге, дуже сприятливі для Європи і культурно-історичні чинники:

- багатство різноманітними історичними та архітектурними пам'ятками;
- високий рівень духовної і матеріальної культури;
- мозаїчність національного та релігійного складу населення;
- високий рівень освіти;
- давні традиції культурних та інших зв'язків, як у межах регіону, так і з іншими великими регіонами світу.

По-третьє, на розвиток туризму в Західній Європі сприятливо впливають і такі соціально-економічні та економіко-географічні чинники, як

- високий рівень загальноекономічного розвитку;
- зростаючі доходи населення;
- висока урбанізованість;
- наявність необхідної транспортної і соціальної інфраструктури;
- тісне сусідство більшості країн і регіонів, а також відносна (в умовах «транспортної революції») близькість до інших основних туристських регіонів світу.

Згадаємо тут і високий рівень індустрії туризму, великий досвід його організації.

Нарешті, *по-четверте*, потрібно брати до уваги і політичні чинники.

До них відносяться перш за все тривалий період мирного розвитку регіону, поглиблення процесів не лише економічної, але певною мірою і політичної інтеграції, спрощення або скасування прикордонного паспортного режиму, формування ряду «надбудовних» громадських структур, особливо в рамках ЄС. 1990 рік був оголошений Європарламентом і радою ЄС Європейським роком туризму, що немало сприяло його розвитку. Досить сказати, що нині на туризм припадає 5,5% загального ВВП країн ЄС, а в індустрії туризму цих країн зайнято 7,5 млн. чоловік. Але, буває, і так, що політична обстановка впливає на розвиток туризму вкрай негативно. Яскравим прикладом такого роду може служити Югославія, де спочатку загроза громадянської війни, а потім і самі війни практично повністю паралізували розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму.

За кількістю іноземних туристів в регіоні лідирує Франція. Францію відвідують більше 70 млн. іноземних туристів на рік. Франція є найбільш відвідуюваною країною світу.

«Другий ешелон» утворюють Австрія, Великобританія, Німеччина, Швейцарія, третій – інші країни. В якості головних постачальників іноземних туристів виступають країни середньої та північної Європи, тоді як в країнах південної Європи приплив туристів значно перевищує їх відтік. Саме в цих країнах доходи від міжнародного туризму особливо великі.

У більшості мікродержави Європи склалося навіть свого роду монокультура туризму.

Наприклад, в Андоррі на 1 жителя припадає понад 250 іноземних туристів в рік, в Сан-Марино – близько 150 туристів. У цих країнах і в Монако чітко виражені не тільки річні (сезонні), а й тижневі піки: зазвичай сюди приїжджають на уїк-енд.

Найбільшим центром релігійного паломництва залишається Ватикан. Ось чому основні потоки туристів у регіоні мають напрямок Північ – Південь.

Аналіз усередині європейських туристичних зв'язків, проведений вченими Інституту географії РАН, показав, що серед них переважають зв'язки між країнами. У наші дні, 2 / 3 іноземних туристів у Європі – це туристи з сусідніх і довколишніх країн.

Стійкі туристські потоки призвели до поступового формування в межах Західної Європи досить чітко виражених туристично-рекреаційних районів, де спеціалізація на туристських функціях є або визначальною, або однієї з важливих.

Ряд важливих географічних, економічних, політичних і культурних передумов сприяє тому, що Західна Європа була і залишається одним з найбільш розвинених в плані міжнародного туризму регіоном. Франція спеціалізується на пляжному, пізнавальному, бальнеологічному, розважальному видах туризму і паломництві.

1990-і роки – підписання Маастрихтських угод, згідно з якими туризм вперше розглядався як одна з форм інтеграції європейських країн. Потім пішов ряд інших загальноєвропейських документів, що уточнюють, розвивають і зміцнюють співробітництво між ними в галузі туризму.

У 2001 році Європейська комісія ухвалила документ «Спільний підхід до майбутнього європейського туризму», який закріпив головні напрямки співпраці:

- складання і реалізація європейського «Плану дій на XXI ст. в галузі туризму»;
- вдосконалення статистичного обліку в туризмі та перехід на туристичні й сателітні рахунки, розроблені Євростатом;
- визначення індикаторів якості в туризмі;
- обмін передовим досвідом;
- забезпечення доступності туристських послуг особам з обмеженими фізичними можливостями.

У 2003 році Єврокомісія схвалила «Базові орієнтири у сталому розвитку європейського туризму», чому передувала велика консультативна робота з органами державної влади та управління, представниками ділових кіл, громадянського суспільства.

Зміцненню загальноєвропейського інтеграційного процесу сприяли такі ініціативи Єврокомісії, як відкриття єдиного порталу для просування Європи як сукупності дуже різних і привабливих туристських дестинацій та встановлення єдиних екологічних критеріїв якості для сектора розміщення. Усі починання Єврокомісії були підтримані у Франції.

Туристичні засоби розміщення, що скоротили шкідливий вплив на навколишнє середовище, удостоюються екологічні лейбли у вигляді квітки по аналогії зі спеціальним маркуванням екологічно чистих продуктів харчування.

Державний секретар з туризму Л. Бертран, запропонував «План підвищення якості туристських послуг у Франції», де сказано, що «якість є абсолютною необхідністю для забезпечення довгострокового розвитку туристичної діяльності та професій в туризмі».

Перехід на єдину європейську валюту – євро – зробило сильний вплив на розвиток французького туристичного ринку.

Франція була в числі 12 країн, що утворили Єврозону. Ця зона в 2000 році охопила ринок з більш ніж 300 млн. потенційних споживачів туристських продуктів і 1,8 млн. туристичних ночівель.

Введення євро в обіг сприяло активізації туристичної діяльності у Франції, незважаючи на вкрай несприятливий фон – економічний спад, війну в Іраку, епідемію атипової пневмонії, перешкоджали розвитку туризму в світі. Воно супроводжувалося зменшенням державного втручання у сферу туризму і перебудовою туристської індустрії країни – готельного, транспортного та туроператорського секторів.

З переходом на євро знизилася ризики, пов'язані з валютними операціями, впали витрати по фінансовим операціям, зросла стійкість європейських фінансових ринків.

Для французів вартість подорожі за кордон в середньому зменшилася на 5%.

Зросла прозорість цін і загострення конкурентної боротьби призвели до зниження цін на туристичні поїздки та розширенню туристського споживання, як внутрішнього – в межах Єврозони, так і зовнішнього – з боку прибувають до Єврозони іноземних туристів.

На першому етапі, коли відбувалося знецінення євро по відношенню до інших світових валют – долара і фунта стерлінгів, відзначалося зростання числа туристських прибуттів у Францію із США і Великобританії. Цим же пояснювалося збільшення видатків французів в євро на подорожі.

Подальше зміцнення євро призвело до відносного подорожчання французьких туристських продуктів і, як наслідок, скорочення обсягів в'їзних туристських потоків в країну, тривалості перебування іноземних туристів і їх витрат.

Одночасно для французів зросла привабливість зарубіжних поїздок за межі Єврозони.

Франція стала програвати цінову конкуренцію за внутрішніх та іноземних туристів і змушена була по-новому позиціонувати себе на світовому туристському ринку, зробивши ставку на якість туристського обслуговування.

Франція грає видну роль в міжнародних організаціях, особливо ЮНВТО та Міжнародному бюро по соціальному туризму (БІТС).

У 2004 році набула чинності Угода між Євросоюзом і Китаєм «про статус дозволеної туристичної дестинації», по якому китайські громадяни отримали можливість подорожувати в групах по країнах Шенгенської зони. Згідно з цією Угоди Франція і Китай обмінялися списками туристичних агентств для налагодження туристичного обміну.

Державна політика в галузі туризму у Франції будується на основі консолідації всіх зацікавлених сил в різних формах, на різних умовах і з різними цілями.

Одним з недавніх кроків у цьому напрямі стало утворення в 2004 році Міжвідомчого комітету з туризму для вирішення головного завдання, поставленого урядом, – зберегти за Францією лідируючі позиції на світовому ринку туризму.

У 2003 році французький уряд прийняв національну стратегію сталого розвитку, складовою частиною якої є стійкий розвиток туризму.

У цьому контексті проблема якості в туризмі набуває більш широкий зміст: отримання соціальних і економічних ефектів від туристичної діяльності при раціональному використанні природних ресурсів і зниження шкоди навколишньому середовищу.

Робота в цьому напрямку почалася ще в 2000 році, коли Франція головувала в Євросоюзі. Тоді на загальноєвропейському рівні було прийнято рішення про більш тісну кооперацію 15 країн-членів ЄС з метою сталого розвитку туризму і реалізації відповідних пілотних проектів у містах, гірських і приморських курортах, сільських місцевостях.

Починаючи з 2002 року щорічно проводиться європейський форум з туризму, на якому обговорюються ініціативи і налагоджується діалог між державним і приватним секторами в галузі сталого розвитку туризму. Туризм є одним з об'єктів регіональної політики у Франції.

Туризм є одним з об'єктів регіональної політики у Франції. Розвиток туризму сприяє згладжуванню територіальних відмінностей у країні, зміцненню її цілісності. У цьому зв'язку регіональна політика в галузі туризму проводиться не тільки в традиційних туристських районах Франції, де він виступає важливим чинником економічного зростання, але і в менш відомих районах, де туристська індустрія створює додаткові робочі місця.

Відносини між Центром і регіонами будуються на договірній основі. Раз на п'ять років при прийнятті чергового п'ятирічного плану розвитку країни регіони метрополії, заморські департаменти і території, територіальні одиниці з особливим статусом укладають договори з Центром, у тому числі в галузі туризму. У них визначаються основні напрями роботи на майбутній період і виділяються суми фінансування. У договорі на 2000-2006 років міністр туризму встановив наступні пріоритети:

- підвищення якості обслуговування та комерціалізації засобів розміщення туристів;
- оцінка економічного внеску туристичкої індустрії з урахуванням (не)прямих ефектів;
- адаптація туристських підприємств до змін на ринку;
- забезпечення всім громадянам права на відпустку;
- посилення туристської привабливості територій на основі їх сталого розвитку,

тобто таких моделей організації території, систем інвестування і пожвавлення ринку, які дозволять підвищити ділову активність і зайнятість населення при всебічному врахуванні екологічних вимог.

На локальному рівні держава всіляко заохочує місцеві ініціативи та проекти туристичного облаштування територій, які розраховані на залучення внутрішніх та іноземних відвідувачів і базуються на принципі якості. Важливим напрямом державної політики в галузі туризму є створення позитивного образу країни як туристичного напрямку та його просування на світовому ринку подорожей. У Франції ці завдання вирішуються за допомогою підвищення якості туристичних продуктів, з яким має асоціюватися образ цієї країни. Велика увага у Франції приділяється організації туризму осіб з обмеженими фізичними можливостями.

За Законом 1998 року «Про боротьбу з винятками» вони мають рівні з іншими громадянами права на відпочинок, як і на медичне обслуговування, освіту і роботу.

Президент Франції Жак Ширак поставив завдання всебічного залучення цих осіб у суспільне життя країни. Слідуючи даній установці, туристичні організації та підприємства приступили до вдосконалення інфраструктури туризму з урахуванням обмежених можливостей інвалідів.

Слід також відзначити активну роль Франції в боротьбі із сексуальною експлуатацією дітей в туризмі. Сьогодні надзвичайно актуальним є також питання наукового обґрунтування місця та ролі туристичної сфери в системі соціально-економічних пріоритетів регіонального і місцевого розвитку, розробки методології оцінки ефективності освоєння туристичного потенціалу, вироблення теоретичних основ формування регіональної туристичної політики та механізмів її практичної реалізації. На думку автора, особливий науково-практичний інтерес становить аналіз різних аспектів державного регулювання туристичної галузі Франції.

На основі проведеного аналізу визначено, що принципами сучасної туристичної політики Франції є **децентралізація**, делегування повноважень органам місцевого самоврядування, підтримка місцевих ініціатив, розвиток усіх форм соціального туризму, принцип всебічної співпраці між владою, територіальними громадами та підприємцями в галузі туризму.

У Франції існують конкретні механізми партнерства між органами виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадськими організаціями та підприємницькими структурами щодо розвитку туристичної галузі, зокрема створення Національного комітету якості та товарних знаків у галузі туризму; реформування фінансової та податкової політики стосовно діяльності підприємств, які надають послуги щодо розміщення (готелі, хостели, туристичні бази); створення органами місцевого самоврядування і суб'єктами туристичної діяльності змішаних підприємств для управління такими важливими й складними в обслуговуванні об'єктами, як палаци, канатні дороги, розважальні центри.

З розвитком масового організованого туризму і переходом його на нову основу, що спирається на розвинуту туристичну індустрію і сучасні засоби транспорту, відбулися деякі зміни у формах організації міжнародного туризму.

По-перше, істотно зросло число роздрібних фірм, що пропонують туристичні послуги (так звані турагенства), які найчастіше навіть не мають юридичної і господарської незалежності.

По-друге, змінився характер діяльності туристичних оптових фірм, що перетворилися в туроператорів, які пропонують повний комплекс послуг в вигляді інклюзив – турів.

По-третє, з'явилися великі корпорації, засновані на капіталі транспортних, торгових, страхових компаній і банків, що здійснюють операції по наданню туристичних послуг клієнтам.

Всі вищезгадані категорії фірм відрізняються одна від одної по функціях і характеру діяльності. Поряд з природним та історико-цивілізаційним факторами, важливою передумовою туристичної діяльності є високий рівень соціально-економічного розвитку країни.

Франція – одна з провідних західних держав.

Шарль де Голль – перший президент П'ятої Республіки – більше 40 років тому поставив завдання побудувати таку «промислову цивілізацію», в якій людина буде кінцевою метою, а не тільки її знаряддям. Франція сподівалася свого часу поширити цю модель по всьому світу на противагу американському перевазі і прийняла найактивнішу участь в будівництві єдиної Європи. Прийнята у Франції модель розвитку є різновидом соціальної ринкової економіки. Вона органічно поєднує ринкові почала з сильним державним втручанням в економіку, більш високі податки з гарантованим соціальним забезпеченням.

У країні створена сучасна інфраструктура туризму.

У 2010 році налічувалося 196 000 підприємств туристичного профілю, у тому числі 39000 готелів та інших засобів колективного розміщення, 106 000 ресторанів, 47000 кафе, 4000 турагентств. У туристичний сектор вкладаються значні інвестиції.

У 2010 році їх обсяг склав 8,5 €млрд. основна частина яких була направлена в готельно-ресторанний комплекс (42%).

Концентрація і централізація капіталу на національному і міжнародному рівні і одночасно процес інтернаціоналізації виробництва і капіталу в індустрії туризму Франції призвели до утворення потужних туристичних транснаціональних компаній (готельний ланцюг «Аккор», ланцюг туристських сіл «Середземноморський клуб») та зміцненню їх позицій на глобальному туристичному ринку. Останнім часом проблемам міського туризму як одного з перспективних напрямів туристичної діяльності приділяється велика увага на міжнародному, регіональних і національних рівнях.

За останні 10 років його обсяг більш ніж подвоївся. У 2010 році на міський туризм в Європі довелося 38% всіх туристських прибуттів. Туристичні послуги на світовому ринку виступають як «невидимий» товар, характерною рисою якого є те, що значна частина цих послуг робиться з мінімальними витратами на місці. Узагальнюючи діяльність багатьох розвинутих країн у сфері туризму, Комісія ЄС опублікувала прогноз основних тенденцій розвитку туризму на період 1995-2015 років. Зокрема, у ньому відзначається, що:

- У Європі потрібно буде витримувати жорстку конкуренцію за прибутки від туризму, що, в свою чергу, буде вимагати від європейської індустрії туризму підвищення якості наданих послуг.

- Витрати на усі види подорожей і, у першу чергу, витрати на транспорт, будуть збільшуватися швидше, а ніж інші статті сімейного бюджету. Подорожі стануть більш частими, але менше тривалими, тому що витрати на одну поїздку знизяться. У цілому ж витрати на подорожі зростуть за рахунок споживання більш якісного відпочинку.

- Число поїздок буде збільшуватися за рахунок міжконтинентальних подорожей із Європи в Америку, Азію й Океанію.

- Сезонні зміни ринкової кон'юнктури в найближчому майбутньому перестануть бути проблемою для індустрії туризму, тому що вдалий маркетинг буде сприяти їхньому вигідному використанню. Для цього буде потрібно активне співробітництво між державами і приватними туристськими структурами.

- Використання повітряного транспорту буде розширюватися швидше завдяки збільшенню числа зручних прямих рейсів.

- Групи, включаючи сімейні, будуть зменшуватися і вибирати усі більш гнучку програму відпочинку.

- В міру всі більш активного впровадження комп'ютерних систем бронювання будуть зменшуватися терміни бронювання.

- Активніше інших будуть подорожувати дві вікові групи: люди літнього віку і молодь.

- Буде продовжувати зростати попит на туризм, зв'язаний із відвіданням визначних пам'яток культури, а також з активним відпочинком.

- Стан навколишнього середовища стане одним із домінуючих чинників у притягненні туристів, особливо в сільських і приморських районах.

- Маркетингове сегментування ринку стане більш чітко вираженим.

У Франції питання регулювання туризму стосуються компетенції Міністерства транспорту та суспільних робіт, у структурі якого функціонують Державний секретаріат з питань туризму та Управління туризму, які відповідають за управління та регулювання галузі, інвестування й міжнародні відносини у сфері туризму. Крім того, існує ще ціла низка органів, що беруть участь в управлінні туризмом «із правом дорадчого голосу»:

- Рада з туризму при Міністерстві транспорту та суспільних робіт;

- Французьке агентство туристичного інжинірингу;

- Національна наглядацька рада з туризму (маркетингові дослідження й статистика);

- Національне агентство з питань відпускових подорожей (соціальний туризм);

- Національний комітет з процвітання Франції (питання екології й озеленення міст).

Основні Французькі державні туристичні органи

- «Національна рада з туризму» (*Conseil national du Tourisme*), консультативний орган при міністрі з туризму.

- «Мэзон де ля Франс» (*Maison de la France*) займається рекламою туризму у Франції за кордоном.

- «Національне агентство по чекам відпускників» (*Agence nationale pour les chèques-vacances*), громадська інституція промислово-комерційного характеру, що займається чеками відпускників.

- «Національна рада квітучих міст і селищ» (*Conseil national des villes et villages fleuris*).

На регіональному рівні діють представники центральної виконавчої влади, що вирішують питання розвитку туристичної сфери.

Просуванням іміджу Франції як туристичного центру на міжнародному ринку займається асоціація «*Maison de la France*», що виникла в 1987 році у результаті угоди про партнерство між місцевими адміністраціями, туристичними фірмами, готелями, адміністраціями об'єктів екскурсійного показу. На даний час асоціація нараховує близько 800 членів. У штаті асоціації «*Maison de la France*» більше 200 співробітників, 31 його представництво працює в 26 країнах світу. Керівний орган асоціації – Рада директорів складається з 27 осіб (1/3 – чиновники з держапарату, а 2/3 – представники приватного бізнесу).

Діяльність асоціації на 60% фінансується з держбюджету. В 2011 році субвенція, що передбачена в Законі про державний бюджет Франції для «*Maison de la France*», становить €29,3 млн. На наступний рік ця сума повинна досягти €30,3 млн.

В 90-ті роки ХХ-го століття просування французького туристичного продукту на закордонні ринки відбувалося дуже успішно. Фахівці підраховали, що кожен вкладений у просування євро приносив €100 надходжень.

Пріоритетними ринками для Франції за обсягом і потенціалом були Японія, США, Німеччина та Великобританія, надходження від яких становили половину всіх надходжень країни від міжнародного туризму. Франція використовувала ситуацію, що склалася для зміцнення своїх позицій на регіональному ринку подорожей за допомогою надання відповідної технічної допомоги та поширення накопиченого досвіду в сфері туризму.

Франція розвиває міжнародне співробітництво в кількох напрямках.

В області **організації і регулювання туристичної діяльності**. Франція надає сприяння іноземним туристичним адміністраціям в їх поточній роботі – регламентації занять професійною діяльністю (ліцензування турагентів, гідів), класифікації засобів розміщення, обліку та аналізу економічних явищ в туризмі, проведенні соціологічних обстежень в туризмі. У сфері **професійної туристської освіти**.

Національна система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів у Франції визнана однією з кращих в світі.

У країні створена широка мережа державних і приватних початкових, середніх та вищих професійних навчальних закладів – шкіл і ліцеїв з готельно-ресторанного господарства, спеціалізованих університетів, центрів інноваційної підготовки кадрів для індустрії туризму, в тому числі іноземних студентів.

Франція є міжнародним центром проведення експертиз освітніх програм в галузі туризму. У сфері **економіки туризму**. У сучасній економіці знань особливого значення набуває обмін продуктами інтелектуальної власності. Франція експортує знання, необхідні для розвитку туристичного пропозиції, в області аудиту, маркетингового планування, складання схем туристського освоєння територій, підвищення якості туристського обслуговування і т.д.

Французькі експерти залучаються до міжнародних туристських проектів на всіх стадіях – від появи ідеї туристського продукту до його створення і управління ім.

В області **просування Франції на туристичному ринку**. Франція обмінюється досвідом в галузі створення і функціонування структур, в обов'язки яких входить рекламування туристичних напрямків, впровадження технологій формування привабливого туристичного образу території, розробки маркетингових планів в туризмі. Світ вступив в нове ХХІ століття, яке прогнозується вченими як століття інформації, освіти, технологій, ресурсів, послуг. Дослідники аналізують ключові інструменти державної підтримки **соціального туризму** Франції, зокрема такі, як розробка національної програми «Туризм для інвалідів».

- Відповідних нормативних актів, спрямованих на підтримку та регулювання сфери туристичних послуг для людей з обмеженими фізичними можливостями;
- затвердження національного стандарту якості туристичного продукту для сімейного відпочинку як найбільш поширеного в країні;
- контроль цін на окремі туристичні продукти;
- введення системи відпускних чеків та підтримка системи «культурних карток»;
- створення спеціальної туристичної інфраструктури для молоді. Один з самих амбітних проектів Євросоюзу – розширення ЄС на Схід.

У 2004 році в інтеграційне угруповання вступили 10 держав (Угорщина, Кіпр, Латвія, Литва, Мальта, Польща, Словаччина, Словенія, Чеська Республіка, Естонія), а у 2007 році – ще два (Болгарія та Румунія). На 1 січня 2007 року в ЄС входило 27 країн.

Чисельність населення Євросоюзу збільшилася на третину, настільки ж розширилася і його територія. Але рівень соціально-економічного розвитку нових членів ЄС – помітно нижче середньоєвропейського, тому ВВП угруповання зріс всього на 5-6%, заглибився розрив між багатими і бідними Єврорегіонами. Нові члени ЄС все частіше звертаються до туризму, пов'язуючи з ним підйом національної економіки та прискорення інтеграції в загальноєвропейський простір. Вони прагнуть до більш тісної співпраці з європейськими туристичними державами, перш за все, зі світовим туристичним лідером – Францією.

Франція використовувала ситуацію, що склалася для зміцнення своїх позицій на регіональному ринку подорожей допомогою надання відповідної технічної допомоги та поширення накопиченого досвіду в сфері туризму.

Чисельність населення Євросоюзу збільшилася на третину, настільки ж розширилася і його територія. Але рівень соціально-економічного розвитку нових членів ЄС – помітно нижче середньоєвропейського, тому ВВП угруповання зріс всього на 5–6%, заглибився розрив між багатими і бідними Єврорегіонами.

Нові члени ЄС все частіше звертаються до туризму, пов'язуючи з ним підйом національної економіки та прискорення інтеграції в загальноєвропейський простір.

Вони прагнуть до більш тісної співпраці з європейськими туристичними державами, перш за все, зі світовим туристичним лідером – Францією.

Франція використовувала ситуацію, що склалася для зміцнення своїх позицій на регіональному ринку подорожей допомогою надання відповідної технічної допомоги та поширення накопиченого досвіду в сфері туризму.

Важливу роль в формуванні туристичної індустрії Франції мало створення «*Ордену Туристичних заслуг*» (фр. *Ordre du Mérite touristique*) – відомчої нагороди Франції, яка перебувала у віданні Міністерства громадських робіт, транспорту та туризму і управлялася Радою ордена. Рада ордена складалася з 11 осіб. Був заснований декретом від 27 травня 1949 року і скасований в результаті орденської реформи 3 грудня 1963 року.

«Орден Туристичних заслуг» призначався для винагороди осіб, які відзначилися помітним внеском у розвиток туризму і пов'язаних з ним сфер діяльності у Франції та Французькому Союзі. Туризм – головне джерело доходів у валюті, доходи складають 11% ВВП. Французи витрачають на відпочинок в своїй країні в 4 рази більше, ніж іноземці.

Франція є лідером за кількістю прийнятих туристів – в 2014 році країну відвідало більше 80 млн. чоловік. Крім того, щорічно приймається не менша кількість екскурсантів.

Після Другої світової війни Франція відразу ж стала докладати зусиль до залучення іноземних туристів. Для цієї мети був розроблений і здійснений цілий ряд заходів.

Франція стала першою країною в Європі, яка проголосила політику «відкритих дверей». Для туристів з ряду країн були скасовані в'їзні візи. Активно відновлювалося готельне господарство. Був введений «туристський курс» обміну іноземної валюти.

При проїзді по залізниці іноземним туристам надавалася знижка. Але, не дивлячись на пільги, Франція була однією з найбільш «дорогих» країн для туристів.

Саме з цієї причини з 60-х років намітилася тенденція скорочення тривалості перебування іноземних туристів у Франції. Одночасно з цим значно більше французів стало від'їжджати за кордон, зростання туристичних витрат був вище, ніж приріст доходів від міжнародного туризму. Погіршення економічних показників туризму стало викликати серйозне занепокоєння уряду та ділових кіл Франції.

В програмі економічного і соціального розвитку на 1966-1970 роках був відведений спеціальний розділ заходам із заборони зростання дефіциту туристського балансу. Розроблено ряд заходів на залучення іноземних туристів і скорочення виїзду французьких туристів за кордон.

Відкрилися нові навчальні заклади з підготовки кадрів для індустрії туризму, багато уваги і засобів приділялася поліпшенню автомобільних доріг.

В кінці 60-х років був прийнятий і реалізований план розвитку прибережного та сільського туризму на південно-західному узбережжі Франції.

У 1967 році в Парижі було засновано «Товариство з розвитку національного туризму» з метою відволікання французьких туристів від поїздок за кордон.

У 70-80-і роках в'їзний туризм у Франції розвивався досить швидкими темпами.

У 1985-1994 роках середньорічний приріст туристських прибуттів становив 4,7%, а доходів – 13,1%. В даний час Франція має позитивне туристичне сальдо.

У країні створена сучасна індустрія туризму. Після прийняття Шенгенської Угоди та скасування візового режиму між країнами об'єднаної Європи все більше туристів воліє відвідувати Францію в уїк-енд, а тривалі відпустки проводити в інших країнах.

Проаналізувавши ряд джерел, можемо констатувати той факт, що туристична сфера у Франції займає одне з провідних місць в економіці, приносячи великий прибуток країні.

Статистичні дані свідчать про перспективи росту галузі туризму, мають місце тенденції її прискореного розвитку в майбутньому.

В даний час Франція має позитивне туристичне сальдо. У країні створена сучасна індустрія туризму. Важливо підкреслити той факт, що державна програма з туризму, що була прийнята у Франції у 1995 році, акцентувала увагу на таких цілях, як **компетентність** і **солідарна відповідальність** державних структур за розвиток туристичної галузі в структурі економіки країни. Визначаючи мету і програму розвитку туристичної сфери, уряд виходить з того, щоб на основі загальноекономічного і суспільно-політичного значення цієї галузі економічно обґрунтувати загальнополітичну відповідальність конфедерації і земель за туристичну політику в рамках конституційного розмежування завдань.

Урядом Франції визначено спрямування туристично-політичних цілей галузі, для досягнення яких були розроблені відповідні заходи і окреслена сфера функціонування завдань з їх реалізації:

- Гарантія необхідних для розвитку туризму умовних кордонів у рамках конституції.
- Підвищення продуктивності і конкурентоздатності економіки туризму.
- Покращання можливостей для участі широких прошарків населення у туризмі.
- Створення міжнародної кооперації в туризмі.
- Удосконалення умов для проведення туристичної політики – координації та інформації.

Можна говорити про збільшення з кожним роком кількості туристичних підприємств, а разом з ними – і зайнятих у цій сфері.

У 1959 році у Франції був створений Національний комітет, пізніше реорганізований в Раду з озеленення міст та сільських населених пунктів у складі 200 чоловік. Його діяльність, напрямок якої відображено в назві організації, націлена на підвищення якості життя населення та залучення туристів. Раду очолює міністр туризму. Цей консультативний орган об'єднує представників галузі, відіграючи важливу консолідуючу роль. Він виконує наглядову, дорадчу та погоджувальну функції. Національна рада бере участь у розробці державної політики, обговоренні проєктів, законодавчих актів та інших питань в галузі туризму.

Рада разом з органами влади в регіонах, департаментах і комунах Франції регулярно проводить конкурс серед населених пунктів країни на звання кращого з озеленення.

Неодноразові управлінські реформи у Франції увінчалися поділом функцій контролю і виконання в області туризму. Для втілення в життя основних напрямів розвитку туризму у Франції, визначених міністром туризму, створено національну туристська адміністрація – Управління туризму і його підрозділи на місцях. Управління розробляє та проводить державну політику в галузі туризму, зокрема:

- регламентує туристську діяльність на основі спеціальних нормативних документів (положення про класифікацію туристських об'єктів і ін.);
- здійснює збір, систематизацію та поширення статистичної інформації про туризм;
- реалізує соціальні програми по забезпеченню відпочинку населення, зайнятості в сфері туризму і **підготовці кадрів для туристичної індустрії**,
- координує діяльність різних туристичних організацій.

Серед організацій, які зробили великий внесок у розвиток національного туризму, важливе місце займає «Дім Франції», створений в 1987 році під керівництвом міністра туризму.

Особлива форма його організації – об'єднання з економічною метою – обрана не випадково. Держава, приватні підприємства та асоціації туристичної індустрії та інших галузей – всі вони керуються загальним економічним інтересом у розширенні внутрішніх і в'їзних туристичних потоків і, як наслідок, збільшення доходів від туризму. Для цього вони сконцентрували сили і засоби у «Домі Франції». Це зроблено на принципах державно-приватного партнерства, який має головний офіс в Парижі і 33 регіональних бюро в 28 країнах світу, які формують привабливий образ Франції і просувають країну як туристичний напрям у світі. Інша організація – «*Odit Франс*» – у формі «об'єднання з користю для суспільства» утворена при міністрі туризму для проведення досліджень в галузі туризму, моніторингу туристичного ринку, надання консалтингових послуг та проведення експертизи турпроєктів. У 1999 році з ініціативи міністра туризму була утворена громадська організація «*Фонд солідарності з відпускниками*» для надання адресної допомоги окремим категоріям громадян, які відчувають фінансові труднощі і не можуть відпочити.

Інший напрямок діяльності Національного агентства не настільки відоме – просування територій, менш привабливих в туристичному відношенні. На рубежі століть Франції як світової туристської державі був кинутий виклик з боку основних її конкурентів.

Відповіддю в 2003 році став «План підвищення якості туристичного обслуговування», ініційований міністром туризму, який став дієвим інструментом консолідації всіх зацікавлених сил – працівників туристичного бізнесу, їх професійних об'єднань, органів управління на місцях, які брали участь у його реалізації, починаючи з визначення умов присвоєння марки і закінчуючи її рекламою. Він націлений на посилення привабливості Франції: зростання частоти її відвідувань туристами та тривалості їх перебування в країні, а також збільшення надходжень від туризму.

Все це сприятиме створенню нових робочих місць на підприємствах туристичній індустрії. У 2005 році в її рядах налічувалося 760 членів.

У ній були представлені підприємства готельного господарства, транспортні компанії, в тому числі національний авіаперевізник «*Ер Франс*», туристичні асоціації, заводські комітети, місцеві спільноти, Міністерство у справах молоді та спорту і Міністерство з соціальних питань.

Через гуманітарні організації, комітети у справах безробітних, органи соціального захисту на місцях можуть придбати відповідні пакети послуг за спеціальними низькими розцінками і тим самим реалізувати громадянське право на відпочинок.

Крім того, Національне агентство фінансує об'єкти соціального туризму – кемпінги, і невеликі гостьові будинки, розраховані на прийом мало забезпечених громадян.

Згідно з Планом, засоби розміщення, ресторани, туристичні інформаційні офіси, туристичні агентства, транспортні компанії, чия діяльність спрямована на утвердження більш високих стандартів обслуговування, удостоюються марки якості.

Був розроблений логотип марки, який відбив головну ідею – Франція в центрі боротьби за якість обслуговування. Він виконаний у вигляді «Q» – початкової літери слова «якість», в центр якої поміщений контур країни.

Марка якості присвоюється підприємствам туристичної індустрії, які дотримуються санітарних норм і правил безпеки, відповідають встановленим класифікаційним вимогам, вдаються до незалежним зовнішнім аудиторським перевіркам якості обслуговування, виконують національні добровільно взяті зобов'язання (всього їх 96) щодо підвищення якості, відповідним чином реагують на рекамації клієнтів.

Марка якості присвоюється міністром туризму за поданням вибіркової комісії.

Діяльність туристичних підприємств, що діють під маркою якості, суворо контролюється.

Крім незалежних аудиторських перевірок, які організовують самі підприємства як неодмінна умова для отримання розпізнавального знака, держава зі свого боку здійснює контроль, і в разі невідповідності встановленим вимогам може позбавити підприємство марки. Марку якості мають готелі трьох міжнародних брендів «*Ібіс*», «*Меркур*» і «*Новотель*», Національна федерація засобів розміщення «*Ложі де Франс*», Асоціація рестораторів Франції та ін. У 2003 році французький уряд прийняв національну стратегію сталого розвитку, складовою частиною якої є стійкий розвиток туризму. У цьому контексті проблема якості в туризмі набуває більш широкий зміст: отримання соціальних і економічних ефектів від туристської діяльності при раціональному використанні природних ресурсів.

Робота в цьому напрямку почалася ще в 2000 році, коли Франція головувала в Євросоюзі. Тоді на загальноєвропейському рівні було прийнято рішення про більш тісну кооперацію 15 країн – членів ЄС з метою сталого розвитку туризму і реалізації відповідних пілотних проектів у містах, гірських і приморських курортах, сільських місцевостях.

Починаючи з 2002 року щорічно проводиться європейський форум з туризму, на якому обговорюються ініціативи і налагоджується діалог між державним і приватним секторами в галузі сталого розвитку туризму.

Франція є одним з ініціаторів створення Євросоюзу. Починаючи з 1945 року європейське будівництво стоїть в центрі зовнішньої політики країни. З цього часу всі президенти Франції працювали над зміцненням загальноєвропейського фундаменту, щоб зробити Європу економічно сильною і шанованою на світовій арені.

Розширення і поглиблення інтеграційних процесів, що призвело до утворення ЄС, стало потужним фактором розвитку туризму в регіоні та модернізації французької індустрії туризму.

Велика увага у Франції приділяється організації туризму осіб з обмеженими фізичними можливостями. Туризм є одним з об'єктів регіональної політики у Франції.

Розвиток туризму сприяє згладжуванню територіальних відмінностей в країні, зміцненню її цілісності. У зв'язку з цим регіональна політика в галузі туризму проводиться не тільки в традиційних туристичних районах Франції, де він виступає важливим чинником економічного зростання, але і в менш відомих районах, де туристична індустрія створює додаткові робочі місця. Відносини між Центром і регіонами будуються на договірній основі. Раз на п'ять років регіони укладають договори з Центром, в тому числі в галузі туризму. У них визначаються основні напрямки роботи на майбутній період і виділяються суми фінансування.

На локальному рівні держава заохочує місцеві ініціативи та проекти туристичного облаштування територій, які розраховані на залучення внутрішніх і іноземних відвідувачів і базуються на принципі якості.

Важливим напрямком державної політики в галузі туризму є створення позитивного образу країни як туристичного напрямку і його просування на світовому ринку подорожей.

У Франції ці завдання вирішуються за допомогою підвищення якості туристичних продуктів, з яким повинен асоціюватися образ цієї країни. Така ідея закладена в маркетинговій стратегії на 2005-2010 роках, розробленої «Домом Франції».

Франція є лідером за кількістю прийнятих туристів – в 2014 році країну відвідало більше 80 млн. чоловік. Крім того, щорічно приймається не менша кількість екскурсантів.

Після Другої світової війни Франція відразу ж стала докладати зусиль до залучення іноземних туристів. Для цієї мети був розроблений і здійснений цілий ряд заходів.

Франція стала першою країною в Європі, яка проголосила політику «відкритих дверей». Для туристів з ряду країн були скасовані в'їзні візи.





Активно відновлювалося готельне господарство. Був введений «*туристський курс*» обміну іноземної валюти. При проїзді по залізниці іноземним туристам надавалася знижка.

Але, не дивлячись на пільги, Франція була однією з найбільш «дорогих» країн для туристів. Саме з цієї причини з 60-х років намітилася тенденція скорочення тривалості перебування іноземних туристів у Франції.

Одночасно з цим значно більше французів стало від'їжджати за кордон, зростання туристичних витрат був вище, ніж приріст доходів від міжнародного туризму.

Погіршення економічних показників туризму стало викликати серйозне занепокоєння уряду та ділових кіл Франції. В програмі економічного і соціального розвитку на 1966-1970 роках був відведений спеціальний розділ заходам із заборони зростання дефіциту туристського балансу. Розроблено ряд заходів на залучення іноземних туристів і скорочення виїзду французьких туристів за кордон. Відкрилися нові навчальні заклади з підготовки кадрів для індустрії туризму, багато уваги і засобів приділялася поліпшенню автомобільних доріг.

В кінці 60-х років був прийнятий і реалізований план розвитку прибережного та сільського туризму на південно-західному узбережжі Франції.

У 1967 році в Парижі було засновано «*Товариство з розвитку національного туризму*» з метою відволікання французьких туристів від поїздок за кордон.

У 70-80-і роках в'їзний туризм у Франції розвивався досить швидкими темпами.

У 1985-1994 роках середньорічний приріст туристських прибуттів становив 4,7%, а доходів – 13,1%. В даний час Франція має позитивне туристичне сальдо.

У країні створена сучасна індустрія туризму. Після прийняття Шенгенської Угоди та скасування візового режиму між країнами об'єднаної Європи все більше туристів воліє відвідувати Францію в уїк-енд, а тривалі відпустки проводити в інших країнах.

Система державного регулювання туристської діяльності у Франції має складну організаційну структуру. Її очолює міністр туризму, наділений аудиторськими і контрольними повноваженнями. Йому підпорядковується Генеральна інспекція з туризму.

Вона виконує представницькі функції, контролює роботу іноземних туристських офісів у Франції та французьких – за кордоном, здійснює нагляд за діяльністю інших туристських організацій, а також відстежує ситуацію на французьких і зарубіжних туристських ринках.

Особлива форма його організації – об'єднання з економічною метою – обрана не випадково. Держава, приватні підприємства та асоціації туристичної індустрії та інших галузей – всі вони керуються загальним економічним інтересом у розширенні внутрішніх і в'їзних туристичних потоків і, як наслідок, збільшення доходів від туризму.

Крім маркетингової стратегії «Дім Франції» оновив свої акції та кампанії. Одна з них – кампанія «*Ласкаво просимо до Франції*» (*Bienvenue en France*), спрямована на залучення іноземних туристів. Вона адресована 72 000 професіоналів турбізнесу і здійснюється з використанням нових ефективних прийомів – заохочення тих з них, хто відзначився в просуванні туристичного образу Франції за її межами, і проведення широкомасштабних рекламних акцій в засобах масової інформації та Інтернеті, які свідчать про пріоритет розвитку в'їзного туризму в країні. Цю кампанію підтримали провідні туристичні підприємства та організації – національний авіаперевізник «Ер Франс», фірма по прокату автомобілів «Херц», готельна ланцюг «Аккор», тематичний парк «Паризький Діснейленд», Регіональний комітет з туризму Іль-де-Франс та ін.



Замок Сплячої красуні



Атракціон «Індіана Джонс і Храм Небезпеки»



Парк кіностудії Волта Діснея



Діяльність багатьох з них в справі розвитку в'їзного туризму у Франції відмічена престижною професійною нагородою «Зірка прийому».

Інша акція націлена на просування приморських районів Франції як всередині країни, так і за її межами – на німецькій та британському ринках подорожей. Її ініціатором виступив Приморський клуб при «Домі Франції», який об'єднує 36 курортів.

Туристична політика країн Європейського Союзу спрямована на координацію розвитку туризму країн-учасниць, зокрема на захист туристів і їхнього вільного пересування; гармонізацію правил діяльності в індустрії туризму; взаємне визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки кадрів туристичної галузі; розподілу відпускних періодів для зняття навантаження на туристичну індустрію в пікові сезони; регіональний розвиток туризму з метою його просування в нерозвинені регіони Союзу, що мають туристичний потенціал.

Зросла прозорість цін і загострення конкурентної боротьби призвели до зниження цін на туристичні поїздки та розширенню туристичного споживання, як внутрішнього – в межах Єврозони, так і зовнішнього – з боку прибувань до Єврозони іноземних туристів.

На частку ЄС доводиться біля 40% прибуттів туристів і валютних надходжень.

Починаючи з 2002 року щорічно проводиться європейський форум з туризму, на якому обговорюються ініціативи і налагоджується діалог між державним і приватним секторами в галузі сталого розвитку туризму.

Велика увага у Франції приділяється організації туризму осіб з обмеженими фізичними можливостями. Туризм є одним з об'єктів регіональної політики у Франції.

Шарль де Голль – перший президент П'ятої Республіки – понад 40 років тому поставив завдання побудувати таку «промислому цивілізацію», в якій людина буде кінцевою метою, а не тільки її знаряддям. Франція сподівалася свого часу розповсюдити цю модель по всьому світу на противагу американському перевазі і прийняла найактивнішу участь у побудові єдиної Європи.

Прийнята у Франції модель розвитку є різновидом соціальної ринкової економіки.

Вона органічно поєднує ринкові почала з сильним державним втручанням в економіку, більш високі податки з гарантованим соціальним забезпеченням.

Ця модель, не позбавлена деяких недоліків, забезпечила країні ряд переваг.

Завдяки їй був досягнутий високий рівень матеріального добробуту населення, баланс ринкової ефективності і соціальної справедливості.

За ВВП на душу населення Франція стабільно входить у першу світову десятку, а за індексом розвитку людського потенціалу вона посідала в 2011 році 12-е місце серед 177 країн.

Ступінь соціального захисту населення – одна з найвищих у світі. Приблизно 30% ВВП країни витрачається на соціальні потреби. Офіційно встановлена 39-годинний робочий тиждень, найкоротша в Європі. Досягнутий рівень життя населення, вкладень в розвиток людини і соціальної забезпеченості знаходять відображення в прогресивній структурі споживання, в якій туризм займає важливе місце. У країні створена сучасна інфраструктура туризму.

Більше 65% французів щорічно проводять відпустку поза домом. Найменш забезпечена частина їх використовує можливості соціального (дотуються) туризму.

Досягнення французької економіки, що забезпечує загальний добробут, зобов'язані високої ефективності суспільного виробництва. Воно дозволило накопичити величезне багатство у вигляді життєвих благ, в тому числі туристичних.

У 2014 році нараховувалося 196 000 підприємств туристичного профілю, в тому числі 39 000 готелів та інших засобів колективного розміщення, 106 000 ресторанів, 47000 кафе, 4000 турагентств. У туристичний сектор вкладаються значні інвестиції.

У 2013 році їх обсяг склав €8,5 млрд., основна частина яких була спрямована в готельно-ресторанний комплекс (42%). Кожен французький департамент є туристичним – з безліччю своїх власних пам'яток.

В основних туристичних структурах (готелі, кафе-ресторани, кемпінги, бюро подорожей, гірські підйомники, термальні курорти) задіяне 700000 службовців.

Франція має найбільш розвинуту в Європі сіть автодоріг. Біля 900 машин (авіалайнерів та гелікоптерів) літають під прапором Франції. Дуже перевантажені аеропорти Парижу (біля 60 млн. пасажирів на рік, восьмий в світі), Ніцци, Марселю, Леона та Тулузи.

Найбільші компанії: «*Air France*» діє по всьому світу, «*Air Inter*» – всередині країни.

Працюють також декілька приватних компаній. З довжиною морських маршрутів в 8500 км Франція має в своєму розпорядженні флот в 210 кораблів. За тоннажем вона займала в 2007 році 27 місце. Марсель – найбільший порт Середземномор'я та третій в Європі за тоннажем. Морським транспортом переправляється приблизно 4% внутрішніх вантажів.

Цьому існує декілька причин: тенденція до спаду в вугільній та сталевій промисловостях, конкуренція з боку залізниці та ін.

Дуже розвинута також поштова система та телефонне забезпечення (*France Telecom*), телематика та інформатика. Франція є однією з найбільш високорозвинених країн світу. Потужна індустрія і високотехнологічне виробництво дозволяють Франції створювати туристські проекти будь-якої складності і капіталоємності.

Туристична індустрія Франції надає їй біля 2 млн. робочих місць, та принесла в 2010 році €30 млрд. іноземної валюти в країну. Біля 63 млн. туристів відвідали Францію в 2010 році.

Франція має в розпорядженні 17,5 млн. туристичних місць, включаючи 1,2 млн. в 40800 готелях, 16,3 млн. в кемпінгах, санаторіях та дитячих таборах.

Торгівельне сальдо сектору складало в 2010 році €60 млрд. Сьогодні не має жодної країни яка б так притягувала туристів як Франція. Відсоткове співвідношення туристів: 73% з країн Європейського Союзу (головним чином Німеччина, Великобританія, Бельгія та Данія; американські туристи – 5,6%, трохи менше японські). Туристичні послуги складають значну частину споживаних населенням послуг і мають специфічний соціально-оздоровчий характер, тобто відпочинок, можливість розвитку особистості, пізнання історичних і культурних цінностей, заняття спортом, участі в культурно-масових заходів та ін.

Франція стала найбільш відвідуваною туристами країною в світі, в 2011 році вона мала 80 млн. іноземних мандрівників. Францію, в основному, сприймають як напрямок екскурсійного туризму. Франція планує активно розвивати напрям сімейного відпочинку і будувати нові курорти для відпочинку з дітьми.

Уряд Франції, визнавши пріоритетність розвитку туризму для економіки регіону, зробило ризиковані капіталовкладення в розвиток мережі автомобільних доріг і екологію.

Однак, не завжди така схема дає позитивний результат. Спроба італійського уряду у свій час розвивати туризм на півдні Італії шляхом поліпшення автомобільних доріг завершилася невдачею. Регіон Лангедок-Руссільон у цілому обслуговує внутрішніх туристів.

У 1986 році 88% всіх гостей склали французи, у 1992 році на регіон довелось 54,1 млн. туроднів внутрішнього ринку. Зарубіжні гості приїжджали з Бельгії, Німеччини і Нідерландів. У 1988 році 63% всіх місць розміщення склали «вторинні» будинки, а 26% – таборіві містечкі. Існують передумови, що в найближчі роки Франція може змінити модель свого внутрішнього туризму і збільшити попит на місця розміщення в більш тривалий літній період.

Відкриття тунелю через протоку Ла-Манш безсумнівно збільшило потік туристів з Великобританії і змінило існуючу модель в'їзного туризму.

Франція розвиває міжнародне співробітництво в кількох напрямках: в області організації і регулювання туристської діяльності, у сфері **професійної туристської освіти**, у сфері економіки туризму, в галузі просування Франції на туристичному ринку.

Франція відіграє значну роль у міжнародних організаціях, особливо ЮНВТО та Міжнародному бюро із соціального туризму (БІТС).

У туристський сектор вкладаються значні інвестиції, основна частина яких була спрямована в готельно-ресторанний комплекс. Характерною особливістю останнього періоду розвитку туризму стала так звана горизонтальна інтеграція капіталів на ринку. Основою інтеграції у Франції з'явилися засоби розміщення.

Французька модель організації відпочинку отримала воістину ідеальне втілення в «Середземноморському клубі» – ланцюга туристських сіл, створюють особливу атмосферу взаєморозуміння і єднання відпочиваючих, які забезпечують високий рівень обслуговування, що надають широкий вибір спортивних розваг і працюють за принципом «все включено». Крім 130 клубних готелів, є мережа обслуговуючих однойменних турагентств і субагенти.

Політика ЄС стосовно до Середземноморського регіону реалізується в рамках програми Євросередземноморського співробітництва (Барселонського процесу).

Починаючи з 1995 року країни Євросоюзу і їх «заморські» партнери – держави південного і східного Середземномор'я – виробили спільну стратегію дій з метою встановлення миру і стабільності, економічного процвітання, взаєморозуміння між народами та створення вільних громадянських суспільств. Ця програма співпраці включає ряд проектів. Один з них – «Страбон» – присвячений темі «Культурне надбання і туризм». Він був ініційований Європейською комісією і координується Домом гуманітарних наук (Франція, Париж).

Для реалізації проекту було створено однойменний консорціум. У ньому представлені чотири країни-члени ЄС (Франція, Греція, Італія і Португалія) і вісім «заморських» партнерів (Алжир, Єгипет, Йорданія, Ліван, Марокко, Палестина, Сирія, Туніс).

Країни об'єднали зусилля з метою створення єдиної платформи для надання різноманітних цифрових інформаційних ресурсів про культурну спадщину та його просуванні на туристському ринку. Нові технології в туризмі і суміжних галузях економіки сприятимуть різкому ривку в розвитку сфери подорожей.

ЮНЕСКО вже проголосило нинішній період часу століттям туризму. З віддалених регіонів пріоритети французів орієнтовані на США, колишні французькі колонії в Африці, французькі заморські департаменти і території (Гваделупа і Мартініка, Французька Полінезія та Нова Каледонія, о. Реюньон).

Вибір альтернатив щодо обґрунтування національної **моделі розвитку туристичної сфери** може відбуватися лише в руслі визначення того, що і як регулювати, і на вирішення яких пріоритетних завдань необхідно спрямовувати зусилля. У цьому контексті первинним є визначення сутності поняття «модель туризму». Найчастіше аналіз «моделі туризму» – це узагальнення економічних показників його розвитку, географічне ранжирування країни та її дестинацій. На підставі вищевикладеного, «**модель туризму**» доцільно визначати з двох взаємопов'язаних позицій.

По-перше, це спрощена схема сприйняття явищ і процесів, що дозволяє здійснити моніторинг руху турпродуктів за всіма складовими інфраструктури туризму (галузями, сферами) та виявити фактори, що впливають на його розвиток.

По-друге, це структура, яка забезпечує залучення в економічний процес всіх структурних елементів туризму. Теоретичні пошуки стосовно його змістовного наповнення дають підстави стверджувати, що здебільшого науковці прагнуть охарактеризувати соціально-економічні та політико-правові процеси, що відбуваються у цій сфері, виявити специфіку та особливості, які відрізняють **національний туризм** від туризму інших країн.

Кількісні індикатори дозволяють визначити ступінь розвитку туризму, інвестиційну привабливість окремої дестинації. Вони є основою для розвитку міжнародної співпраці та залучення вітчизняних туристичних підприємств в програми туристичних маршрутів.

В європейських країнах, як правило, співвідношення чисельності туристів, які подорожують в середині країни і тих, які виїжджають в інші країни, в середньому 4:1, а відповідно з подальшим прогнозом 5-6:1. Зміщення сутності туризму в бік соціальної складової є важливим для Франції, оскільки однією з найважливіших тенденцій, що визначають перспективи включення національного туризму до глобальних контурів світового туристичного ринку, є соціальна складова моделі туризму.

З огляду на взаємозв'язок процесу формування моделей туризму з дією впливу факторів макросередовища, передумовою визначення моделі туризму є аналіз критичних сфер щодо його розвитку. Наукова логіка пов'язана також з тим, що модель – це динамічна система, яка представляє ситуацію не в статичі, а в розвитку. Якщо змінюється будь-який фактор, це відображається на загальній оцінці та, відповідно, впливає на модель.

Глобалізація сучасного світу, яка знаходить прояв у багатьох сферах життєдіяльності суспільства, задає нові парадигми соціально-економічного розвитку.

Це проявляється і в актуалізації формування нових моделей конкурентоспроможності, в рамках яких вона постає як суспільна ідеологія, спрямована на вироблення конкурентних переваг на всіх рівнях господарювання – макро-, мезо-і мікрорівнях. У таких умовах особлива роль відводиться регіональній конкурентоспроможності.

Значною мірою це зумовлено перетворенням регіонів (або інших локальних утворень) у самостійних гравців світового ринку, здатних зміцнювати не тільки власний конкурентний статус, але й сприяти підвищенню рівня конкурентоспроможності країни на зовнішніх ринках. У контексті зростаючої конкуренції та міжнародної економічної і політичної напруженості, французький туризм повинен протистояти новим викликам.

Країна фіксується на ринку нових напрямків по образу Китаю.

У новому контексті глобалізації в численних екологічних, економічних, культурних та громадських наслідках, іноді, невизначених, держава виступає як гарант стійкого і довгострокового туристичного розвитку. Держава, враховуючи поперечну і міжвідомчу природу своєї нової компетенції та місій в галузі туризму, має зуміти опертися, в регіональному плані, на адміністративного та технічного кореспондента послуг в національному аспекті туризму.

Туризм є значущою сферою діяльності для економіки Франції, так як мова йде про галузь індустрії, яка займає перше місце в цій країні.

Держава активно втручається у ці процеси. Прийнято відповідні плани рекреаційного освоєння тих районів країни, які ще відстають у цьому плані.





1.5. Аналіз історичного досвіду і сучасного стану системи освіти Франції

Глибоке вивчення путей історичного розвитку і становлення освітньої системи у Франції свідчить про це, що перші навчальні заклади відносяться до римського періоду, деякі вищі заклади (медична школа в Монпельє) існували ще в кінці першого тисячоліття нашої ери, але лише **Паризький університет** (початок XIII сторіччя) надовго став зразком для всієї Європи в організації вищого навчання і підготовки фахівців вищого тогочасного рівня. Університетська вимога висловлювалося з початку корсиканської Революції.

8 квітня 1731 Конгрес Корсиканської Республіки у статті 12 своїх обговорень просить заснувати університет. Король Теодор записує в Конституцію статтю 16 про створення Державного університету.

25 листопада 1764 з'являється Маніфест, тобто декрет про створення університету, який включає крім мотивування, кількість, назву кафедр та імена професорів.

Фінансові кошти були знайдені тоді ж: безкоштовний подарунок духовенства, доходи від області Антісантині і декілька заповітів. Навчання було безкоштовним, студенти навіть отримували стипендію 15 – 20 лір в місяць.

На чолі **Корсиканського університету**, виявляється ректор Франческо Маріані, який навчався на факультеті теології в Римі, здобув звання доктора теології в Університеті Алкала.

Структура університету була побудована за зразком і подобою навчальних закладів у Римі, Неаполі та Алкала. Спочатку було створено 6 кафедр, на яких викладали 10 професорів і навчалися перші триста студентів. Створений з ініціативи держави, Університет на Корсиці більш близький до туринського, реформованого в XVIII-му столітті, ніж до університету Болоньї, який продовжує середньовічні традиції. Цей університет вказує головним чином точну мету: давати освіту громадянам для задоволення потреб корсиканської держави в церковних, юридичних і навіть наукових кадрах. Тут викладалися математика, право, медицина. Корсиканський Університет став оплотом незалежності й свободи острова.

Університет François-Rabelais був створений державним декретом від 17 грудня 1970. Історія цього навчального закладу налічує кілька століть.

Згідно хронікам це навчальний заклад, де вивчалася медицина, виник в часи Галло-Римської епохи в III-IV століттях, коли єпископ міста створив медичну Академію.

У часи Середньовіччя навчання здійснювалося в єпископській школі, потім в монастирях, саме в Абатстві Мамотье на правому березі Луари.

Під час Карла Великого, єпископ Алквін створив **Школу Риторик**, далекого предка нашої літературної і філософської освіти.

В кінці Середньовіччя і в епоху Ренесансу, Турень, яка була тоді «Долиною Королів», знала безліч відомих письменників, музикантів і законознавців, які створили в цьому місці культурний полюс Ренесансу. Турень батьківщина Rabelais, Ronsard, Мішеля Коломба, Леонара де Вінс, а пізніше Декарта, Vigny, Бальзака або Анатолія Франса.

Організовані в корпорації 1408 цирульників підтримували в цей час медичну освіту.

Медична Школа, яка стала попередницею середніх медичних шкіл і аптек, перетворилася в Медичний і Фармацевтичний факультет королівським указом від 22 червня 1841, завдяки впливу професора Медичної Школи та головного лікаря лікарні, П'єра Бретона.

Відродження літературних занять у вищій школі було розпочато в 1912 створенням Інституту французьких занять у Турені, який здійснює викладання французької мови іноземцям-стажистам. Бурхливий розвиток університету почався після Другої Світової війни:

1946 – Правова школа.

1950 – Університетський Літературний Коледж.

1956 – Центр Вищої освіти Ренесансу.

1958 – Університетський Науковий коледж.

1962 – Відродження Медичної Школи.

1968 – Технологічний інститут.

1970 – Освіта Університету Кругів (Веж).

1988 – Відкриття Університету Блуа.

1990 – Університет Chinon.

1991 – Школа Інженерів в Інформатиці для Індустрії.

1993 – Школа Інженерів Долини Луари.

1993 – Технологічний інститут Блуа.

1999 – Школа Інженерів

2002 – Створення філологічного факультету.

2002 – Створення Політехнічного інституту в Університеті.

На момент потреби в розширенні класичного набору спеціальностей (XVI сторіччя) королівська Франція мала 22 університети, надмірна традиційність яких примусила владу створити заклади з технічними і науково-природничими напрямками (школи мостів, гірничої справи тощо). Велика революція змела всі королівські університети, тому майже сторіччя Франція обходилася без цього виду закладу, відновивши їх лише 1896 році.

Довга черга бурхливих історичних подій зумовила виняткову складність системи вищої освіти Франції, де університети найвищого ґатунку з десятками тисяч студентів поєднуються з мікроскопічними закладами, потоки багаторічного відбору талановитих учнів на основі відомого принципу меритократизму зі вступом в елітні Великі Школи через надвисокі конкурсні бар'єри мирно співіснують з абсолютно вільним записом на більшість факультетів численних університетів.

«Студентська революція» кінця 60-х років з епіцентром у Сорбонні привела до істотного реформування насамперед університетів, що визначило головні риси сучасної вищої освіти країни. У 2005 році чисельність населення Франції склала 62,4 млн. чоловік.

За два століття населення країни подвоїлася, і сьогодні демографія Франції є однією з найдинамічніших в Європі. Згідно з прогнозами експертів ООН, до 2050 року населення Франції досягне позначки 75 млн. чоловік. Середня тривалість життя у французьких жінок – 83,8 року, у чоловіків – 76,7 року, тобто в середньому – 80,2 року.

Основні принципи системи освіти у Франції мають уже столітню історію, і були закладені в 1880-90-х роках. Освіта безкоштовна, не має релігійного змісту й обов'язкова для дітей від 6 до 16 років. В Франції співіснують приватна і державна системи освіти.

У приватних навчальних закладах навчається близько 20% всіх учнів Франції.

Держава затверджує всі шкільні програми для приватних і державних шкіл, організовує конкурси й іспити. Тільки держава має право на видачу дипломів до рівня бакалавра.

З часу *Закону Дебре* від 1959 року приватна освіта одержує допомогу від держави – саме держава оплачує працю викладачів і бере участь у витратах на навчання (8 з 9-ти часток шкіл користаються цією допомогою).

Освітня система у Франції має наступну структуру:

- дошкільна освіта (до 6 років);
- початкова освіта (6 - 11 років);
- середня освіта (11 - 18 років) закінчується іспитом на ступінь бакалавра;
- вища освіта.

Організація, зміст циклів навчання визначається реформами, проведеними вже протягом 30 років, що забезпечують демократизацію освіти і його адаптацію до нестатків суспільства, яке розвивається. Основними реформами останніх років були наступні:

- розвиток мережі дитячих садків (ecoles maternelles), щоб усі діти з 4-5 років були ними забезпечені;
- скасування перехідного іспиту від початкової школи в коледж, створення адаптаційних класів (classes de soutien) для слабо встигаючих учнів;
- організація основної освіти (tronc commun) без спеціалізації і розподілу на групи з початкової школи до коледжу;
- безкоштовність освіти – видача учням необхідних посібників на термін навчання, оплата проїзду до школи;
- введення нових предметів: інформатики, фізики, основ цивільної освіти.

Структура системи освіти Франції вказує, що дошкільна підготовка у вигляді «материнських шкіл» охоплює практично всіх дітей з віку 3 років.

Початкова («елементарна») школа має три цикли і приводить учнів у середню школу першого рівня коледж (college, 4 роки). Перші два роки складають цикл спостереження, заключні – орієнтації, під час якого та випускних іспитів відбувається скеровування учнів в різні потоки заключного рівня середньої освіти: ліцеї загального і технічного навчання (3 роки); професійно-технічні ліцеї (3-4 роки); заклади профосвіти і учнівство.

Ліцеїсти складають комплексні заключні екзамени й можуть отримати «бакалаврат» – свідоцтво про повну середню освіту з правом вільного вступу в університети. Це не так легко, але щороку відсоток молоді віком 18-19 років, яка його отримала, зростає: 11% у 1960 році, 38% наприкінці 80-х, понад 60% у 1995 році, 2010 рік – 80%. Хоч середня і вища освіта у Франції є продуктом тривалого розвитку, вони дуже далекі від стагнації.

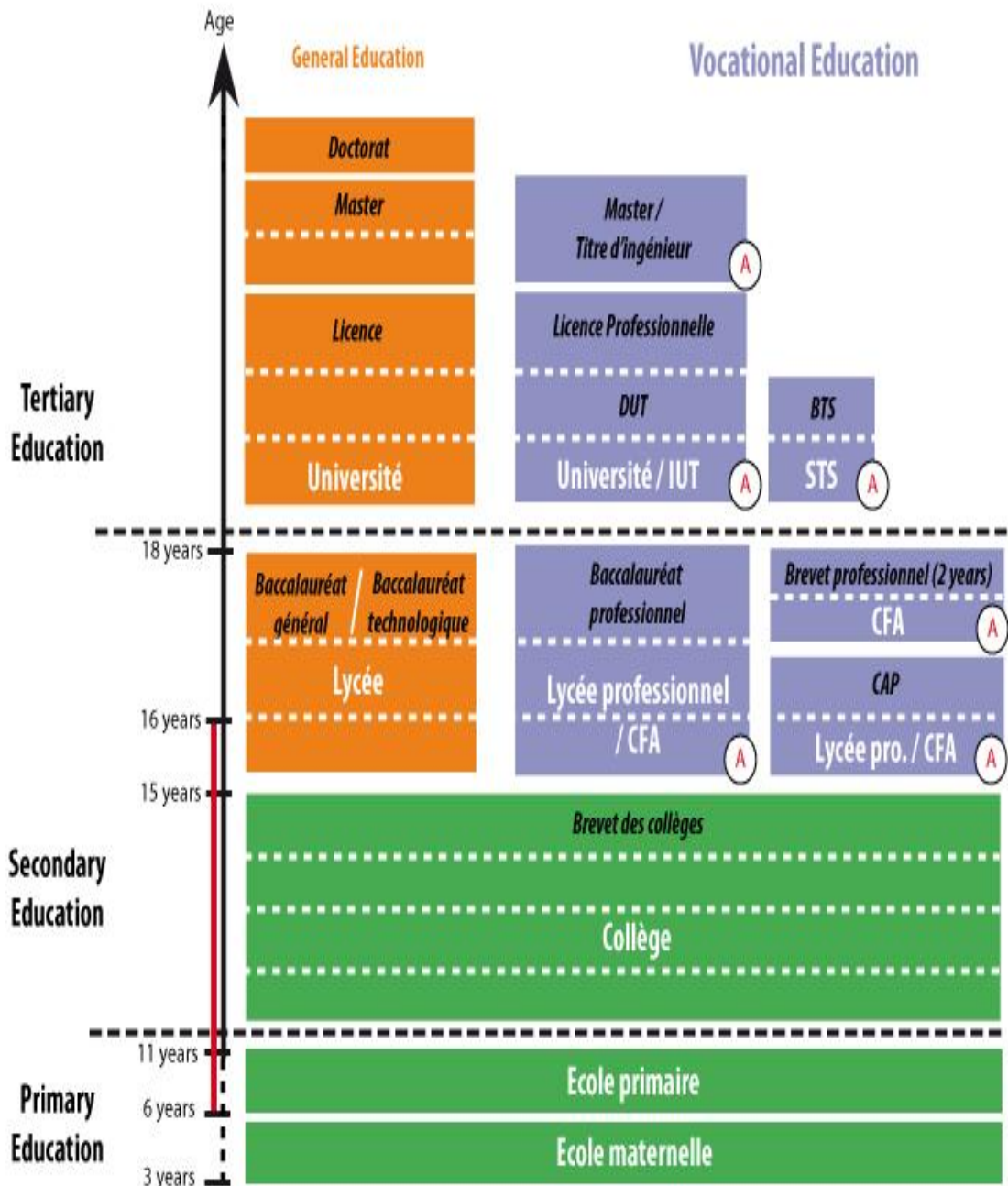
Наприклад, з початку 90-х кількість студентів зросла на 0,5 млн., а на 2012 рік фахівці передбачають понад 2 млн. (майже 50% охоплення молоді).

Залишається високий рівень централізації системи освіти з дещо гіпертрофованим впливом різних міністерств, що мають свої вищі заклади освіти.

Як їх протипага створена група впливових громадських органів й асоціацій консультативного плану. Національна Рада з вищої освіти і досліджень (CNESER) і Конференція президентів університетів є головними з них. Вони активно співробітничать з Міністерством освіти. Детально описати французькі вищі заклади освіти – непросте справа, бо число їх видів набагато більше, ніж в інших країнах. У довідниках Євросоюзу вказуються адреси аж 1877 вищих закладів освіти!



French Education System



Це пояснюється тим, що у переліку зазначено заклади, які в інших країнах входять до системи середньої освіти, наприклад, багато сотень шкіл та училищ професійного навчання (технічні, медсестер тощо) переважно з двохрічними програмами.

До «справжньої» вищої освіти зі вступом після отримання повної середньої у тому ж 2010 році відносилось 78 університетів, 453 переважно моно-дисциплінарних вищих закладів освіти з невеликим (кілька сотень) контингентом студентів.

Чверть студентів навчається у приватному секторі, де налічується п'ять університетів і більшість з 453 спеціалізованих закладів вищої освіти. Державні університети поглинають майже 2/3 студентів країни, і майже кожен з них – великий заклад з десятком і більше тисяч студентів, що має адміністративну і наукову ради, раду з викладачів і студентів й керується президентом, якого на п'ять років обирають ці три ради.

Університети є об'єднанням «одиниць (відділень) підготовки і пошуків» з основних дисциплін на чолі з обраними директорами, а також більш звичних нам інститутів і шкіл (технологічних, політичних чи юридичних студій, професійної підготовки вчителів, загальної адміністрації чи менеджменту, туризму, зв'язку, преси, соціального і економічного розвитку, міжнародних відносин і багато інших). Не дивно, що одні лише університети присуджують понад десять різних кваліфікацій.

У Франції частина вищої освіти практично повністю відкрита (це переважно університети) і вступ майже зводиться до простого запису на навчання й сплачуванням символічної суми на витрати канцелярії, інша – «закрита» (домінують не університетські заклади), бо прийом ведеться з суворю селекцією при кількох претендентах на одне місце.

Селекційна частина натомість гарантує роботу після отримання диплома. Навчаючись в останньому класі ліцею («терміналі»), учень може звернутися до його ради з проханням на основі досє вирішити питання вступу в наступні види закладів з селективним зарахуванням:

- *Підготовчі класи*, які інтенсивно готують до вступу через жорсткий конкурс у вищій школи Франції.
- *Університетський Технологічний Інститут* для отримання через два роки технологічного диплома, що є насамперед професійною і вигідною для успіху на ринку праці кваліфікацією.
- *Секція Вищих Техніків* з виходом через 2 роки на посвідчення «вищого техника».
- *Спеціалізована (вища) профшкола*.

У разі відхилення прохання учень швидше всього опиниться в одному з десятків університетів. Для запису в університети необхідно мати документ про середню освіту (12 чи 13 років навчання), який у Франції має назву «бакалаврат» (просто «бак») й отримується після складання комплексу випускних екзаменів, що проводяться одночасно по всій країні так, що списування практично виключене.

Незалежність цих екзаменів від ліцеїв дає змогу досить об'єктивно порівнювати між собою заклади середньої освіти. Дані про ці екзамени (включаючи й результати учнів) оприлюднюються у пресі. Оскільки останні роки середньої освіти досить спеціалізовані, то «баки» мають варіанти, які дають доступ лише на відділення за профілем. Особи без бакалаврату можуть отримати перепустку у вищі заклади шляхом складання екзаменів на диплом доступу до вищої школи (DAEU), який визнається еквівалентним заміником.

DAEU має лише дві версії: А – гуманітарну, В – природничі та інші спеціальності.

У Вищій Школі, які готують державних службовців і гарантують випускникам постійне місце праці, надаючи освіту дуже високого ґатунку.

Вони вступають за конкурсом після дворічних післяшкільних підготовчих (репетиторських) класів, програми і вимоги яких вищі, ніж на двох курсах університетів. Вступ у ці класи теж селекційний і лише за рекомендаціями шкіл і ліцеїв. У випадку невдачі під час вступу у Вищі Школи випускники підготовчих класів вільно продовжують навчання відразу на третьому курсі університетів (за профілем). Громадськість Франції вважає Вищі Школи з їх кореневою системою підготовчих класів кращим досягненням національної системи освіти.

Все ж абсолютна більшість абітурієнтів з «баками» записується в широко відкриті університети. З регіону Парижа поширюється практика введення учнями даних про себе і бажані заклади освіти у комп'ютерний банк, який після отримання всіх замовлень і врахування безлічі параметрів видає свій присуд (оскаржень не буває) про місце навчання у вишах.

Академічний рік має два семестри, розпочинається у вересні і закінчується у червні. До літніх канікул додаються двотижневі перерви на Різдво і Великдень, інколи ще тиждень у лютому між семестрами. Дати залежать від вишів і щороку змінюються.

Заняття проводяться традиційним способом, але наголошується на самостійній роботі студентів, для якої створені прекрасні умови (бібліотеки, бази даних, комп'ютеризовані робочі місця для студентів тощо).

Серйозні дисципліни закінчуються екзаменами. Шкала оцінок досить своєрідна: від 20 (найвища) до 0 (найнижча): 16-19 – дуже добре і відмінно, 14-15 – добре, 12-13 – досить добре, 10-11 – задовільно (прохідні бали), нижче 10 – незадовільно.

Більшість вищих навчальних закладів організує багато вільних і платних лекційних курсів актуального змісту для дорослих. Поряд з вечірнім навчанням є і дистанційне (понад 30000 студентів у 23 університеті і Національному центрі заочної освіти), а також специфічні форми фахової підготовки в таборах чи майстернях різної тривалості влітку чи у вечірній час під егідою Національної консерваторії мистецтв і ремесла. Наполегливість у виконанні програм цих таборів може привести аж до отримання диплома інженера.

Цікавою особливістю Франції є поширеність «вільних слухачів» – дорослих осіб, які за символічну плату (за користування бібліотеками, лабораторіями тощо) можуть відвідувати за власним бажанням академічні програми університетів, але без права складати екзамени й отримувати диплом про вищу освіту. Навчання у вишах Франції організовується за трьома стадіями – **циклами**. Університетська освіта ділиться на три цикли, по закінченню кожного з яких студент одержує відповідний диплом.

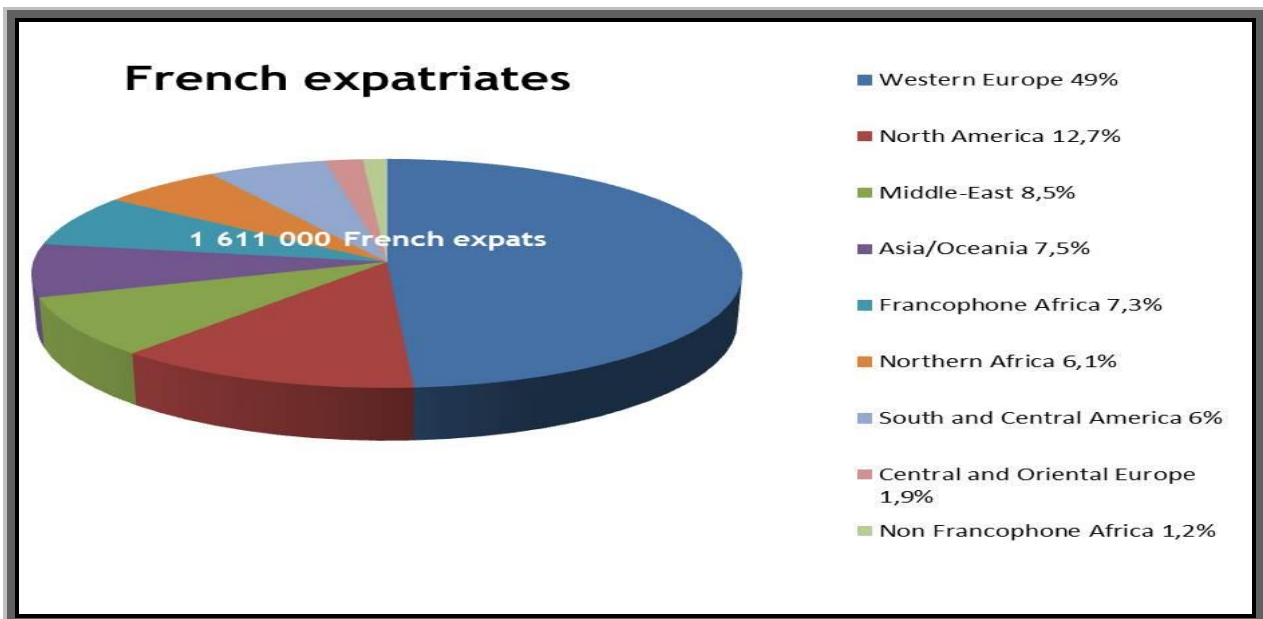
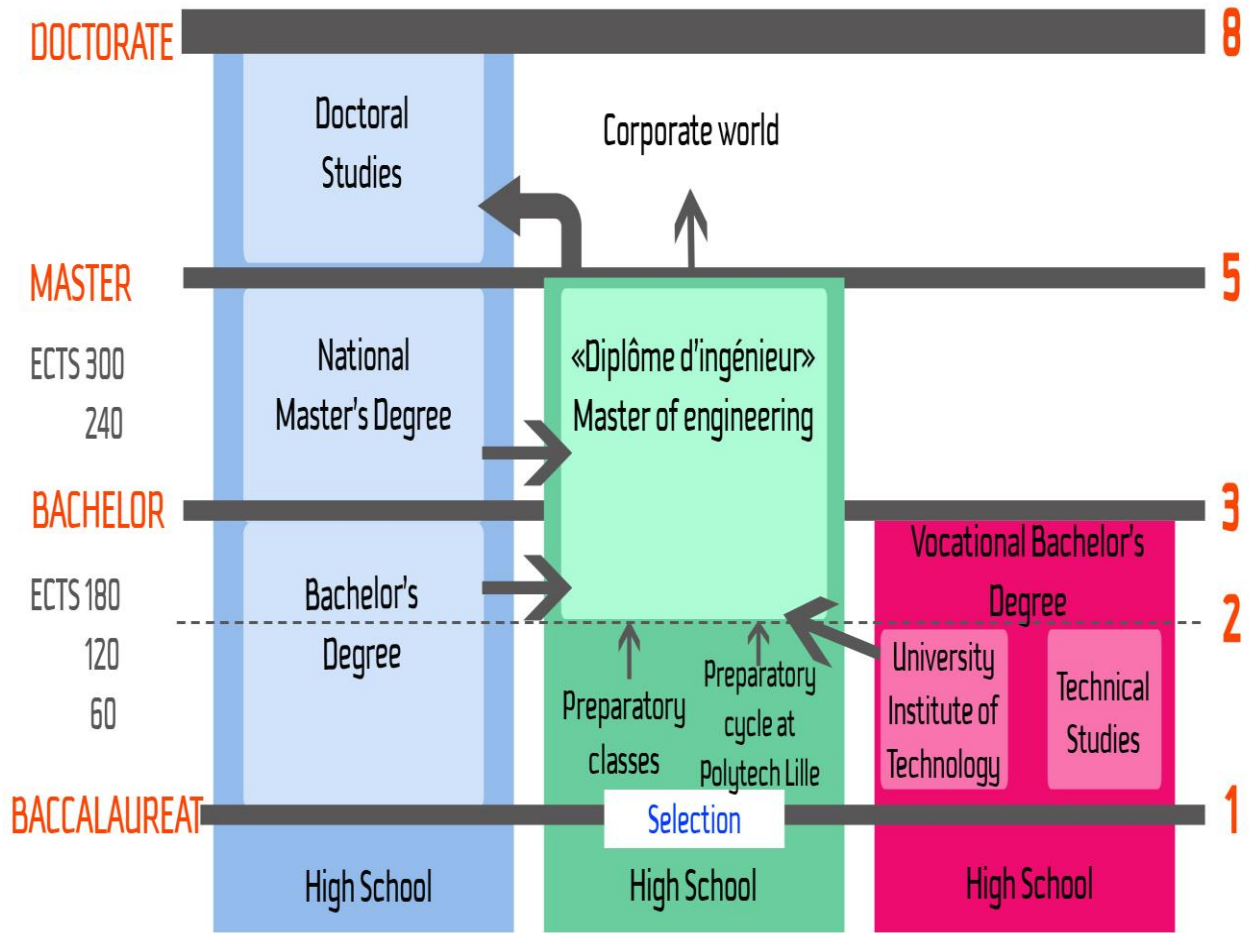
Перший цикл триває два роки, впродовж яких аж 54% всього контингенту університетів набуває загальну вищу освіту, уточнює фахову орієнтацію. Він завершується іспитом на одержання диплома про загальну (DEUG) або науково-технічну (DEUST) університетську освіту й отримує першу академічну кваліфікацію (проміжний диплом DEUG).

Багато хто зупиняється саме на цьому шаблі, оскільки такий документ дає можливість знайти непогану роботу.

Другий цикл також складається із двох-трьох років навчання. По закінченні першого року видається диплом ліценціата (licence), а наступний закінчується одержанням диплома магістра (maîtrise). Він є циклом поглиблення і фахової підготовки (2-3 роки).

Третій цикл дуже спеціалізований і готує до початку серйозних наукових досліджень. Прийом на нього за конкурсом, тривалість навчання – рік.

French Higher Education System



Протягом третього циклу поглиблено вивчається обрана спеціальність, він супроводжується самостійною науковою працею, тему якої претенденти зобов'язані сформулювати до вступу на програму. При успішному закінченні цього етапу видається диплом про спеціальну вищу освіту (DESS) або поглиблену освіту (DEA).

Навчання на диплом DESS прирівнюється до третього, останнього циклу вищої освіти (аналог нашої аспірантури і кандидатського ступеня).

DESS отримують не тільки студенти, але і співробітники компаній, що уклали зі своїм підприємством угоду про підвищення кваліфікації. При надходженні проводиться відбірковий тест-співбесіда (concours d'entre, конкурс буває 4-5 чоловік на місце).

Обов'язкова умова для надходження – вища освіта (диплом Maitrise) по будь-якій спеціальності. Допустимо, ви благополучно пройшли добір і вас зарахували.

Далі має бути вибрати придатну спеціалізацію. Найбільш відомі і популярні наступні спеціалізації: керування підприємством, міжнародний маркетинг, дизайн і якість, керування персоналом, стратегія і керівництво малими і середніми підприємствами.

Навчання по програмі DESS будь-якої спеціалізації орієнтовано на практику. Крім безумовної корисності для студента, це ще і своєрідний «відповідь взаємністю» підприємствам, які відправляють співробітників на програми післяуніверситетської освіти і платять за навчання кожного. 3-4-місячне стажування включене в будь-яку програму DESS.

Мета післяуніверситетського навчання одна – підготувати високласного фахівця в області економіки і управління. Немає нічого дивного в тому, що в університетах нарівні з іншими є департаменти з аббревіатурою AIDE (aide – допомога).

Тут студент університету може пройти стажування по власному проекту і навіть відкрити власну справу (у цьому йому посприє регіональна рада підприємців).

Крім того, самі школи регулярно публікують пропозиції стажувань, календарі ярмарків вакансій, рекомендації зі складання CV і т.д. в спеціалізованих виданнях.

Як показує досвід, для багатьох студентів читання таких видань виявляється куди кориснішою нудного зубріння занудних підручників по маркетингу.

Для отримання диплома DESS доведеться багато і напружено вчитися. Французи вважають, що будь-який керівник повинен знати основи стратегічного планування, аудита і контролю, логістики, керування виробництвом, аналізу ринків і політики збуту, керування персоналом і соціопсихологів менеджменту, фінансів і комерційного права.

На диплом DESS зазвичай готують інститути управління підприємствами (Institut d'Administration des Entreprises, IAE) – французький аналог бізнес-шкіл), які створюються при великих навчальних закладах.

Таких інститутів зараз у Франції 27, і вони досить рівномірно розподілені по всій країні. Це державні установи, і навчання тут повністю регламентоване Міністерством національного освіти. Оскільки бізнес-спеціалізацій DESS у державному реєстрі більш 10, кожен інститут, піклуючись насамперед про рівень навчання, пропонує не усі відразу, а в середньому 4-5 спеціалізацій. Держава у свою чергу стежить за тим, щоб у середньому по країні не виникало «профіциту» чи «дефіциту» якої-небудь із спеціалізацій.

Не менш (а іноді і більш) важливий досвід управлінської роботи. В окремих випадках цей досвід може бути зарахований як перші чотири університетських курси.

Подібні питання вирішує комісія з еквівалентності. Для всіх іноземців є ще одна загальна вимога – гарне володіння французькою мовою. Як підтвердження цього факту приймається документ про успішну здачу іспиту DELF.

Конкурсний також вступ на докторські стадії, які завершуються захистом дисертації й отриманням кваліфікації «доктор». Викладачі поділяються на три категорії: професори (еквівалент наших професорів і доцентів), лектори і асистенти. Хоч середня зарплата викладацького персоналу нижча, ніж у колег з аналогічними дипломами у промисловості, цей вид праці виявляється привабливим через помірні навчальні навантаження у поєднанні з високим рівнем академічної свободи і соціальної захищеності.

Прийом конкурсний, бо кількість претендентів перевищує кількість вакантних місць. Закон визначає тривалість робочого тижня викладача у 39 годин.

За рік має набратися 128 годин лекцій, або 192 годин семінарських занять чи 228 годин керування лабораторними роботами.

Кваліфікаційна система вишів Франції досить складна. Усі види кваліфікацій розподіляються на дві групи, що зв'язані з коротко – і довготерміновим навчанням.

«Короткі» програми тривають переважно два, зрідка – три роки і закінчуються присвоєнням професійних кваліфікацій, які надають право праці у промисловості, торгівлі і в секторі послуг. Цей напрям вищої освіти обирають 30% усіх випускників шкільних бакалавратів. Є чотири головні види програм короткого навчання:

- *програми університетських технологічних інститутів (IUT)* у 19 окремих профілях (дисциплінах) з тривалістю два роки і присудженням університетського диплома з технології (DUT), що дає змогу потрапити на керівні посади нижчого і середнього рівня. DUT достатньо популярний, а тому кількість кандидатів часто у багато разів перевищує кількість місць, що призводить до конкурсного вступу;

- *програми секцій вищих техніків (STS)*, що тривають переважно два роки й надаються у частині ліцеїв з післясередніми профпрограмами, схожими на щойно описані програми IUT, але такими, що відзначаються вищою спеціалізацією і присудженням диплома вищого техніка (*brevet de technicien supérieur*). Звуженість фахового змісту стає серйозним недоліком у випадку вимушеної зміни заняття, тому STS менш популярні, ніж варіант університетських інститутів; у багатьох країнах аналоги STS не відносяться до вищої освіти;

- *третій і четвертий вид короткої університетської програми* – дворічна і високоспеціалізована програма, що завершується дипломом про університетську наукову і технологічну освіту (DEUST), який також виводить на ринок праці у сервіс чи індустрію;

«Довгі Програми» пропонують університети та інші виші високого рівня.

Контингент цих програм складають 68% власників бакалаврського рівня (з них 10% роблять це через посередництво підготовчих класів).

Університети навчають за трьома циклами (2+2+1). *Перший цикл* передбачає два роки викладання загальних основ і базових дисциплін обраного профілю й приводить до *диплома загальної університетської освіти (DEUG)* – проміжного документа з чисто академічним змістом. Студенти медичних фахів мають високий бар'єр екзаменів у момент переходу з першого на другий курс.

Другий цикл триває два чи три роки й сам підрозділяється на дві частини, перша з яких надає лісанс (license), друга – метріз (maitrise). Як свідчить таблиця кваліфікацій 15, така черговість притаманна не всім фаховим профілям. Навчання на другому циклі поглиблене і спеціалізоване. Дипломи мають академічний і професійний компоненти.

Така чіткість порушується нововведеними професіоналізованими університетськими інститутами (IUPs), які набирають студентів після першого курсу.

Вони досить інтенсивно вчать три роки і після кожного з них послідовно видають тим, хто утримається, посвідчення: DEUG, лісанс, а у кінці – метріз.

Володарів останніх уважно переглядає комісія для вшанування кращих званням «головного інженера» (чи магістра-інженера = Ingeniuer-Maitre).

Третій цикл у першому варіанті за рік вузькофахового навчання надає диплом з вищої спеціалізованої освіти (DESS), у другому – за 1-2 роки ширшого навчання готує до наукової роботи, присуджує диплом поглибленого навчання і видає перепустку на докторські стадії й захист дисертації. Багатоваріантна ситуація і зі стадіями після третього циклу.

Після років аспірантури звичного нам університетського типу можна захистити дисертацію і стати доктором наук, потім ще попрацювати й отримати габілітацію для керівництва науковими дослідженнями.

Сенс зусиль – підвищення шансів на конкурсне заміщення місць університетських професорів. Інженери з хорошими дипломами з 1993 року дістали змогу навчатися на програмах, аналогічних до аспірантури з класичних спеціальностей, бо можуть за два роки навчання і досліджень у наукових центрах відповідного профілю отримати диплом з технологічних досліджень (DRT). Медичні спеціальності мають цілком оригінальну систему дипломів і звань. Навчання також поділяється на три цикли, але істотніше не вони, а просто роки навчання. Перший рік навчання дуже «змагальний», після нього контингент студентів істотно зменшується.

Інститути політичних студій кількісно малі і призначені для підготовки адміністраторів широкого профілю для участі у конкурсному заміщенні місць у державних структурах.

Вступ конкурсний, основна програма триває три роки, можна також ще 1-2 роки повчитися на третьому циклі й отримати диплом вищого рівня.

Вищі Школи наукових і технічних профілів належать кільком міністерствам, мають трирічні програми й присуджують дипломи інженерів (Diplome d'Ingenieur).

Вступ конкурсний і лише після попереднього дворічного навчання у підготовчих класах з дуже інтенсивним і глибоким вивчення математики і фізики. Вищі Школи з комерції й управління – приватні і для вступу вимагають попереднього дворічного підготовчого навчання у спеціалізованих закладах вищої комерційної освіти (HEC).

Вищі Нормальні школи (всього їх чотири) мають добру славу як кращі заклади підготовки викладачів ліцеїв і після середніх закладів освіти. Вступ дуже селективний з попереднім успішним закінченням дворічних підготовчих класів відповідного профілю, потрапити куди теж можна лише після селекції впродовж навчання у колежі й ліцеї.

Навчання триває переважно чотири роки; випускники отримують сертифікат здатності до викладання (CAPES), що може доповнюватися додатковим професійним екзаменом (агрегація = agregation), складання якого дуже добре впливає на підвищення зарплати і кар'єру.

За умовами доступу випускники повинні не менше 10 років провести у державному секторі освіти, проти чого вони й не заперечують: усі 4 роки навчання стипендія істотно перевищує мінімальну зарплату у промисловості й надалі теж залишається привабливою.

Школи мистецтв і архітектури (підпорядковані Міністерству культури) мають дуже селективний доступ і тривалість навчання від трьох до п'яти років.

Перші мають одноциклові програми і видають національні дипломи. Навчання у школах архітектури поділяється на два цикли, кожний з яких має окремий незалежний диплом: після двох років – базового навчання з архітектури (DEFA), а потім ще через три – звання дипломованого урядом архітектора (DPLG).

На основі наукового дослідження були виявлені наступні переваги в системі освіти Франції порівнянню з іншими Європейськими країнами:

- Рекордне серед розвинених країн охоплення дітей дошкільним вихованням і одна з кращих у світі систем підготовки до обов'язкового навчання.
- Дуже мала участь населення в оплаті освіти та всіх інших форм послуг з набування знань і підвищення кваліфікації.
- Відносно дуже «дешева» вища освіта, яка одночасно відзначається визнано високим рівнем знань і вмінь випускників вишів практично всіх типів.
- Висока централізація управління і фінансування освіти зі створенням на державні кошти системи структур та об'єднань для залучення громадськості та фахових асоціацій до вироблення освітньої політики та вирішення складних проблем поточної діяльності закладів освіти.
- Наявність системи передбачення попиту на ринку праці та використання її даних у заходах з професійного скеровування учнів коледжів та інших закладів освіти.
- Висока якість навчання у школах, яка досягається цілим комплексом заходів, зокрема, ефективною диференціацією заключної стадії середньої освіти та системою поточного і заключного контролю роботи учнів та вчителів.
- Наложна підготовка та оплата вчителів і викладачів, побудова системи стимуляції до самовдосконалення і розширення фахових знань і можливостей.
- Створення складної та багатостадійної системи підтримки здібних до освіти і праці учнів, вирішення долі учня на основі лише позитивних його рис і ознак, збереження елітарної структури підготовчих класів (які почасти визначають високі вимоги до навчання на рівні ліцеїв) та Великих Шкіл з дуже суворим (але справедливим) відбором кандидатів на всіх стадіях.
- Майже ідеальна реалізація принципів прав особи та рівного доступу до всіх стадій освіти, зокрема, шляхом без конкурсного доступу до університетів та безоплатного навчання в них. Одним з наслідків цього є те, що Франція – один зі світових лідерів за кількістю студентів-іноземців.

Цивілізоване регулювання і державна підтримка діяльності приватних закладів освіти як засобу здешевлення навчання та розширення свободи вибору для молоді.

З погляду французів, вона все ще занадто теоретично, а технічне утворення, довгий час залишалося в забутті, погано розвинене. Умови навчання також мають свої недоліки: перевантажені класи, нестача викладацького складу і матеріалів для навчання, наявності учнів з різним рівнем підготовки в одному класі, занадто швидка зміна програм і методів навчання, деградація іміджу і ролі викладача в суспільстві. Складно порівнювати Францію з Україною, але освітні проблеми в нас багато в чому загальні.

Існує також класова (соціальна) нерівність. Тих, хто здали іспит бакалавра стало в десять разів більше, ніж у 1950 році. Їхня частина в суспільстві збільшилася з 4,4% у 1946 році до 27,9% в 1984, але соціальні групи нерівномірно представлені серед бакалаврів: 56,8% серед них це діти з сімей з високим рівнем доходів (особи вільних професій, керівники підприємств, співробітники апарату керування підприємств), в той час як ця соціальна категорія складає лише 7,7% активного населення. Так що проблеми існують і у Франції, з тією тільки різницею, що уряд цієї країни намагається реформувати систему освіти (зі змінним успіхом) і збільшити дотації на її розвиток. Незважаючи на всі наявні складності, ця система освіти вважається однією з кращих в Європі.

На початку 1990-х років непропорційно велика частина студентів обирала гуманітарні і суспільні напрямки навчання: у Великій Британії – 50%, у Швеції – 52%, в Італії – 57%.

В 1993-1994 роках у Франції понад 50% (майже 1 млн. студентів) навчались за профілем гуманітарних і соціальних наук, в той час як у спеціалізованих інженерних вишах вчилось менше 100000 студентів, а у вищих комерційних школах відповідно 60000.

Всі аспекти освітньої системи у Франції, розглянуті вище, дозволяють нам перейти більш детально до дослідження системи туристської освіти Франції, яка є невід'ємною частиною загальної професійної французької дидактичної системи.

Однак, в силу об'єктивних і суб'єктивних причин система професійної підготовки у Франції має ряд відмінностей не тільки від відповідних Європейських систем, але і від загальнопрофесійної системи усередині країни. Це пов'язано з особливостями структури самої туристичної галузі, яка є багатопрофільною.

Це в свою чергу вимагає створення багатогалузевої туристської освіти, яке відповідало б очікуванням підприємців і всіх учасників туристичної діяльності. Тому в останні роки починають стрімко з'являтися навчальні заклади нового типу, в яких готують фахівців для сфери тризму у Франції та її заморських територій.

Тим не менш, навіть в самих старих університетах також відкриваються факультети, появляються кафедри, які розробляють нові програми, навчальні плани, методичні рекомендації для професійної підготовки фахівців для сфери туризму.



Розділ 2

Основні тенденції розвитку системи туристської освіти у вишах Франції

2. 1. Функціонування системи підготовки фахівців для сфері туризму Франції на сучасному етапі

Сьогодні формування вищої професійної освіти Франції визначається принципами Болонської декларації, але водночас із збереженням ідентичності й високої конкурентоспроможності французької системи освіти шляхом:

- подальшої професіоналізації університетського сектору вищої освіти за рахунок відкриття нових спеціальностей міждисциплінарного типу;
- введення нових професійно-орієнтованих напрямів підготовки фахівців;
- максимально можливої інтеграції навчального процесу і наукових досліджень в університетах;
- зумовленості їх фінансування результатами наукової діяльності і ступенем участі в ній викладачів та студентів;
- підтримки високої якості освіти, насамперед через удосконалення процедур, механізмів і стимулів системи контролю якості.

Удосконалення вищої професійної школи Франції набула нових масштабів у зв'язку з утворенням Європейського Союзу, де країна відіграє важливу роль.

На перший план висуваються такі питання, як стандартизація дипломів та «професіоналізація» вищої школи. Характерною особливістю вищої освіти є орієнтація на розвиток творчої, всебічно розвиненої індивідуальності майбутнього спеціаліста.

Сучасні тенденції розвитку професійної освіти неодноразово обговорювалися на всесвітніх форумах і міжнародних конференціях.

На Генеральній конференції ЮНЕСКО в 1989 році була прийнята «*Концепція професійної освіти*», яка обговорювалась наступними роками на Конференціях ЮНЕСКО в Парижі, Мадриді, Стокгольмі, Манілі, Сеулі.

В матеріалах Другого міжнародного конгресу з технічної і професійної освіти, який відбувся в Сеулі в 1999 році відзначається: «... світ стоїть на порозі безпрецедентних змін.

У майбутньому знадобляться більш різносторонні професійні навички і знання, що вже зараз викликає необхідність проведення освітньої реформи і створення систем гарантованої освіти протягом всього життя, яке було б доступне для всіх».

В основній доповіді на конференції в Сеулі, з якою виступив екс-президент Боннської школи професійної освіти Герман Шмідт, наголошується на чотирьох основних факторах динамічного розвитку людства.

По-перше, мікропроцесорні технології та їхній вплив на сфери інформатики, зв'язку, виробництва, організації праці; біотехнології й технології галузі генетики.

По-друге, закінчення холодної війни й поділу світу на протилежні табори капіталізму та комунізму. *По-третьє*, зростання екологічної свідомості. *По-четверте*, об'єднання Європи.

Це означає, що проблеми освіти доведеться вирішувати з урахуванням основних факторів та тенденцій XXI століття, які все більше проявляються:

- глобалізація;
- розвиток сфери послуг і зростання впливу ВТО;
- розповсюдження нових технологій в галузі інформатики й телекомунікацій;
- розвиток індустрії туризму, культури та відпочинку;
- збільшення тривалості життя;
- зростання занепокоєння й невпевненості в майбутньому.

На початку третього тисячоліття на тлі інтенсивного розвитку туристського бізнесу на планеті, у тому числі і во Франції, все очевиднішим стає той факт, що професійно, а значить, ефективно займатися туризмом без наявності спеціальної освіти складно, а в сфері обслуговування клієнтів, приміром, просто неможливо.

На думку дослідника Дж. Річчі, туристська освіта носить поки нестабільний і нефундаментальний характер. Це визначення мається на увазі, коли говорять про те, що навчальні заклади та ініціативи з підготовки фахівців в них, зроблені окремими компаніями та державними структурами зусилля, діють швидше все ще інтуїтивно і інертно, ніж під тиском обставин і потреб даного сектора економіки, як в минулому, так і в наші дні.

Наше наукове дослідження розкриває переваги співпраці між туристської індустрією, навчальними закладами та туристичними підприємствами на прикладі однієї з найбільш розвинених країн Європи – Франції. На сучасному етапі освіта поглиблюється і розширюється, залучаючи все нові сфери в свою структуру. Тим більш актуальні стає потреба для наших вчених, фахівців, викладачів, видавців звернути свої погляди на Європу, найрозвиненіші в туристській сфері країни.

На думку дослідника Дж. Трайба, однією з найважливіших задач туристської освіти в суспільстві має стати виконання її культурної та етичної місії. Туризм, спорт, культура, освіта покликані

- зберігати і зміцнювати культурну самобутність;
- сприяти поширенню та створення культурних цінностей;
- зберігати різноманіття культур та сприяти їх розквіту;
- активно допомагати поглибленню розуміння і гармонії між культурами, їх взаємозбагаченню;
- сприяти передачі культурних цінностей, які мають етичне значення.

Зберігаючи культурну самобутність, громадяни нашої країни повинні нести свою культуру в світ, сприяти збагаченню загальної культури, прагнути вести діалог культур.

Перспективи розвитку туристичної галузі в Україні обнадійливі, якщо орієнтуватися на шлях, пройдений багатьма Європейськими країнами в сфері підготовки фахівців даного профілю. Як приклад можна використовувати досвід Франції, де дуже багато робиться для вдосконалення та реформування всієї системи професійної освіти.

В країні створена мережа навчальних закладів туристичного профілю, які належним чином готують кадри для своєї галузі. Але їх випуск повністю не задовольняє потребам ринку. Все більша кількість непрофільних вишів отримує ліцензії на підготовку кадрів за туристським спеціальностями. Якщо існує велика кількість навчальних закладів для галузі, то виникає закономірне питання розробки єдиних вимог, що пред'являються до кваліфікаційних характеристик туристської освіти – питання розробки так званої «моделі» фахівця для галузі туризму.

В силу стрімкого світового розвитку туристичної галузі існуючі во Франції стандарти і методика визначення якості підготовки фахівців вимагає значних змін.

Потреби сфери туризму в нових умовах значною мірою зосереджені на необхідності адекватного кадрового забезпечення всіх напрямів розвитку, видів і форм туризму.

Основне протиріччя тут полягає в багатопрофільному характері туристичної діяльності, яка, з одного боку, потребує кадрів різних професій, спеціальностей, кваліфікацій, а з іншого – в принципово нових технологіях обслуговування туристів і екскурсантів, потреби в яких виникають в міру розвитку суміжних галузей народногосподарського комплексу і формування фахівців з суміжних видів професійної діяльності.

Основними соціально-професійними групами працівників туризму є господарсько-економічні керівники (менеджери), фахівці і технічні виконавці. У всьому світі підготовці кадрів для туристського бізнесу приділяється значна увага.

За даними ВТО на початку 90-х років в Європі налічувалося 105 вищих і 139 середніх навчальних закладів туристичного профілю, в Америці – відповідно 6 і 17, в Азії та районі Тихого океану – 13 і 35. Найбільше навчальних закладів, що готують персонал для сфери туризму, у Великобританії 37, Іспанії та Італії – по 28, Франції – 22; на американському континенті виділяються Канада – 25, США – 22 і Чилі – 12, а в азіатсько-тихоокеанському регіоні – Австралія – 16, Китай – 6, Філіппіни – 5 і Японія – 4.

Швидкі темпи розвитку світової економіки і вимоги підвищення ефективності навчально-методичної бази туристської освіти висувають також проблему забезпечення випереджаючих темпів і поглиблення змісту кваліфікаційної структури кадрового потенціалу. Це вимагає від системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів реалізації таких функцій:

- визначення невідповідності між фактичною кваліфікацією кадрів і кваліфікаційними вимогами ефективного та якісного здійснення діяльності на кожному робочому місці, стимулювання кожного виконавця до пошуку шляхів усунення цієї невідповідності;
- відбору кадрів для підвищення кваліфікації в тих формах навчання, які забезпечують професійну придатність і перспективність;
- забезпечення економічної зацікавленості організацій у своєчасній підготовці і перепідготовці кадрів;
- створення необхідних організаційних умов для ефективно узгодженості дій всіх сторін, які беруть участь в процесі підвищення кваліфікації. При цьому кожна з цих систем має освітні рівні.

Вищий (інституційно-управлінський) рівень. Он припускає підготовку менеджерів, які визначають напрями та завдання роботи, стратегію, тактику галузі, окремого підприємства (турменеджер, менеджер готелю, менеджер маркетингової діяльності в туризмі та ін.)

Спеціалізована підготовка персоналу такого рівня проводиться в провідних навчальних введень (університетах, школах туризму, установах підвищення кваліфікації) за програмами магістра і бакалавра.

Середній рівень (управлінсько-технологічний). Управлінсько-технологічна діяльність характерна для персоналу, який забезпечує технологічну послідовність обслуговування, погоджує взаємодію з іншими технологічними ланками (турагент, менеджер по резервуванню місць, метрдотель ресторану). Цей рівень забезпечують вищі і середні спеціальні навчальні заклади, коледжі, ліцеї, які готують фахівців з менеджменту певних технологічних процесів бакалаврського рівня.

Початковий або нижчий рівень (технологічно-виконавчий).

Він представлений персоналом, який виконує конкретні завдання і забезпечує задоволення окремих потреб туриста або реалізацію окремого виду обслуговування.

Цей рівень забезпечують навчальні заклади (центри, школи, курси, училища) широкого профілю та спеціалізації, які готують працівників масових професій: офіціантів, кухарів, інструкторів і т.д. Проблему освіти необхідно вирішувати з урахуванням основних факторів і все більше проявляються нові тенденції XXI століття:

- зростання конкуренції;
- поступове зникнення міжнародних кордонів;
- висока мобільність капіталів та робочої сили;
- розвиток сфери послуг і зростання впливу Світової організації торгівлі;
- розвиток індустрії туризму, культури та відпочинку.

Для вирішення цього завдання необхідні спільні зусилля всіх зацікавлених сторін:

- державних органів управління;
- вишів, що займаються підготовкою кадрів для туристичної індустрії;
- підприємств, що працюють в туризмі;
- фахівців з психології та педагогіки;
- співробітників науково-дослідних інститутів, що вивчають професійне становлення особистості.

Слід виділити основні проблеми, що стоять на шляху до розвиненої освітньої системи в сфері туризму:

- стихійне зростання туристичної діяльності і її неузгодженість з іншими видами діяльності;
- велика кількість середніх, малих і сімейних підприємств;
- сезонність туристичної діяльності;
- різноманітність наданих послуг і ряд інших проблем.

Як правило, продуктивність праці в туристському секторі залишається досить низькою.

Це залежить від того, що більша частина робочої сили індустрії туризму є тимчасовою і малокваліфікованою. Для готельного і ресторанного секторів, для індустрії туризму в цілому Міжнародна організація праці (МОП) виділяє серію спільних характеристик, щодо зайнятості.

- Високий відсоток працівників, зайнятих неповний робочий день.
- Високий відсоток тимчасових працівників.
- Значна кількість жіночого персоналу мають контракти на неповний робочий день (50% в готельному і ресторанному секторах в Бельгії, Франції, Швейцарії, Австралії).
- Невелика кількість жінок, що знаходяться на відповідальних посадах.

Значна присутність (в країнах, що розвиваються) іноземного персоналу в основному на відповідальних посадах.

- Велика кількість малокваліфікованої молоді та студентів, що працюють за тимчасовими контрактами.

У туризмі застосовуються три основні системи оплати праці, засновані на:

- пайової участі в продажах;
- фіксованої заробітної плати незалежно від прибутку організації;
- встановлення мінімальної заробітної плати, крім якої виплачується відсоток від прибутку організації, залежний від частки участі (або фіксований мінімум). Вимоги до курсів загального і професійного навчання, їх тривалість, обсяг спеціальних теоретичних і практичних знань залежать від рівнів підготовки: елементарного, середнього та просунутого (вищого).

Гармонізація підготовки фахівців сфери туризму і готелів є однією з цілей Євросоюзу.

З відомих навчальних закладів Європи, які готують фахівців для туризму, велика частина припадає на середні професійні школи, ліцеї і коледжі ресторанного господарства Англії, Франції, Бельгії та Голландії. Основний акцент при навчанні в середніх спеціальних навчальних закладах робиться на придбання практичного досвіду роботи в готелях і ресторанах на базі основної загальної освіти (тривалість навчання становить 10-12 років).

Отримання спеціального професійної туристської освіти з отриманням сертифіката про присвоєння кваліфікації вимагає додаткового (від 4 до 8 років) навчання.

Загальні спеціальні знання включають такі дисципліни, як економіка, іноземна мова, бізнес, бухоблік, юриспруденція, соціально-психологічні знання, специфічні технології менеджменту та ряд інших, з трьома рівнями підготовки. При цьому рівень необхідних спеціальних знань залежить від займаної посади чи обраної професії. Сьогодні система вищої професійної освіти не готує фахівців потрібного профілю для управління розвитком туризму ні на мікро, ні на макрорівні.

У Франції, де щорічно готується близько 3000 спеціалістів, за два роки навчання можна придбати конкурентоспроможну туристську освіту.

При навантаженні в 35 годин на тиждень в перший рік навчання, не рахуючи спеціалізацій, другий рік складається з двох варіантів спеціальностей: комерційної та прийом-анімації. Комерційна спеціалізація передбачає підготовку фахівців з продажу авіаквитків, офіс менеджерів, менеджерів з продаж. Спеціалізація з прийому-анімації передбачає підготовку кадрів з прийому, адміністраторів готелів, гідів. Слід зазначити, що половина всіх занять проходить на підприємстві.

Туризм виконує подібні з масовою культурою функції – задовольняє потреби людей у рекреації та релаксації в умовах постійного стресу.

Механізм виробництва туристичних послуг постійно розширює сферу споживання, що представляє варіативний і безперервно оновлюваний набір турпродуктів. Оперуючи базовими міфами, продукт придбав символічне значення.

Подорожі допомагають отримати максимум образів за мінімальний період часу, що є певною моделлю сприйняття навколишнього середовища в сучасному суспільстві.

Туризм висловлює потреби сучасної людини в наростаючих темпах зміни образів реальності. Туристи є не учасниками, а, скоріше, глядачами. При цьому вони повинні відчувати готовність проникнення в іншу культуру, в її смислову систему. Ставши товаром, вираженням в послугі, масовий туризм придбав загальносвітову значимість, граючи важливу роль в процесі формування «глобального світового порядку».

В результаті у свідомості людей відображаються шари різних культур. Туризм в певному сенсі означає схвалення співіснування культур в індивідуальному досвіді, що, перш за все, означає готовність до взаємодії, прагнення до плюралізму, а не до одноманітності.

XX століття стало часом становлення єдиної загальнолюдської культури, і взаємозбагачення її національних форм відбувалося багато в чому завдяки обміну соціокультурною інформацією між мандрівниками. В результаті змінилася модель особистості, замкнута статична особистість людини індустріального суспільства стала мобільною і динамічною, що змінило фундаментальні ціннісно-культурні стереотипи.

Туризм, на думку фахівців, посів почесне місце серед провідних тенденцій, які характеризують зміну традиційних стереотипів життя. Нове тисячоліття буде характеризуватися новою системою цінностей, необхідних для соціально-економічного розвитку.

Відомий теоретик і практик туризму Федеріко Майор з цього приводу зазначав: «Із наближенням тисячоліття ми бачимо, як багато нам ще потрібно зробити для того, щоб світ, в якому будуть жити підростаючі і майбутні покоління, став кращим, суспільство – миролюбивішим, оточуюче нас середовище – чистішим.

А розвиток людства був би спрямований на викорінювання бідності.

Освіта є найефективнішим засобом підвищення якості життя, ефективною зброєю в боротьбі з убогістю й нетерпимістю. Освіта створює культуру, засновану на миролюбстві, вона надає молоді та дорослим можливості для досягнення успіху в обраній ними сфері діяльності, освіта за своєю суттю здатна відкрити шляхи до розвитку особистості й суспільства». Починаючи з середини вісімдесятих років, в більшості шкіл туризму Франції, Швейцарії та Німеччині відпрацьовуються нові методи корпоративної освіти і підготовки, які враховують вимоги до організації праці та нові ролі членів трудового колективу, поєднаних корпоративними інтересами.

Стандарти професійної туристської освіти й підготовки фахівців галузі туризму в цих країнах повною мірою враховують ці нові тенденції. Підтвердження відповідності якості виконуваних робіт (послуг) міжнародним нормам, вимогам, стандартам проводиться спеціалізованими організаціями, давно і успішно діють на міжнародному ринку сертифікаційних послуг, які сформовані авторитетними органами, що діють на глобальному, міжнаціональному рівнях (ISO – Міжнародна організація по стандартизації; WTO – Всесвітня торгова організація; UNWTO – Всесвітня туристська організація; в рамках Болонського процесу – ENQA – Європейська мережа агентств якості у вищій освіті та ін.)

Особливе місце в системі міжнародної сертифікації займають міжнародні стандарти ISO – Міжнародної організації зі стандартизації. Таке становище пояснюється тим, що ISO є всесвітньою федерацією національних органів стандартизації, кожен з яких представляє національну систему сертифікації і формує національну політику в галузі сертифікації.

Зростання впливу стандартів ISO на розвиток національних економічних систем пояснюється зростаючою необхідністю використання загально-прийнятих стандартів для забезпечення сумісності функціонування різних (не тільки технічних) систем на міжнаціональному рівні. Взаємопроникнення методів управління, технологій, засобів і ринків в даний час неможливо уявити без стандартів ISO.

Стандарт ISO за своєю суттю є ретельно відпрацьованим в процесі багатосторонніх переговорів універсальним міжнародним технічним регламентом, що дозволяє об'єктивно судити про рівень професійної і цивільної відповідальності підприємців по виробництву продукції, задовольняє вимогам якості та безпеки. Стандарти, що виходять із цього мандату, потенційно можуть бути прийняті як міжнародні стандарти.

Комітет ISO з оцінювання відповідності (CASCO) розробив міжнародні стандарти, в яких викладено вимоги до критеріїв відповідності міжнародних стандартів у галузі туризму.

Вони включають: сертифікацію приміщень, продукції, послуг, персоналу, систем управління. Перелік включає в себе міжнародні стандарти самостійного декларування відповідності, експертної оцінки та акредитації. Такий регламент, відпрацьований технічними комітетами ISO із залученням провідних експертів та враховує базові вимоги професійних учасників ринку, які проявили ініціативу закріплення тих чи інших норм і вимог в рамках нового стандарту ISO. Він є найбільш визнаним у світі, що фактично він з великим ступенем довіри може служити основою для взаєморозуміння між підприємцями; взаємодії з іншими більш приватними і численними технічними регламентами.

Принцип тотального менеджменту якості (TQM), який ліг в основу розробки стандартів серії ISO 9000, дозволив розробити групу базових загальноприйнятих стандартів.

Розвиваючи на основі відповідності цим власні системи менеджменту якості (СМЯ) можна з меншими витратами і ризиками створювати систему технічних регламентів, поступово вводячи кожен з них в експлуатацію і розвиваючи тим самим свій бізнес.

Послідовно розвиваючи вже досягнуті в рамках розробки міжнародного стандарту ISO 9001:2000 домовленості, міжнародні організації, що діють на глобальному рівні економіки, при створенні власних систем сертифікації менеджменту якості спираються на положення стандарту ISO 9001: 2000. Прикладами можуть служити: у сфері європейської освіти – Болонський процес, у сфері професійної туристської освіти – розвиток Всесвітньою туристською організацією системи сертифікації WTO TedQual, Базельський процес створення єдиного банківського європейського простору та ін.

Практично для окремо взятої організації, яка прагне підтвердити відповідність діючої системи управління організації вимогам різних міжнародних систем сертифікації (наприклад, WTO TedQual – у сфері професійного туристської освіти; ENQA – в контексті інтеграції європейських освітніх систем в рамках Болонського процесу), це означає, що первинним є процес створення організацією власної системи менеджменту якості (СМЯ) відповідно до вимог стандарту ISO 9001: 2000. Сьогодні система вищої професійної освіти не готує спеціалістів потрібного профілю для управління розвитком туризму ні на мікро, ні на макрорівні. Вищі навчальні заклади готують фахівців сервісної орієнтації, менеджерів, орієнтованих на управління поточною діяльністю в туристській і готельній сфері.

Необхідна розробка національних освітніх стандартів, адаптованих до вимог міжнародних стандартів професійного туристського освіти, що забезпечують підготовку російських кадрів для управління розвитком національного туризму як галузі економіки.

Всі будуть слідувати за змінами в світовій економіці, освоювати і пропонувати нові види послуг, в залежності від попиту і потреб споживача.

Розпочаті в 90-х роки перетворення в світовій економіці протягом найближчих 10 років позначаться ще більш значними зрушеннями, зумовленими триваючим зниженням витрат на взаємодію сотень мільйонів людей вдома і на роботі.

Як необхідну умову змісту професійної туристської освіти дослідники визначають як обов'язкове дотримання таких загальнопедагогічних принципів:

- цілісний підхід до змісту освіти і професійної підготовки та скасування меж між загальною та професійною освітою, теорією і практикою, розумовою і фізичною працею, навчанням та працею;
- розкриття в змісті професійної освіти установок на розвиток культури мирного співіснування, демократичних цінностей, охорону навколишнього середовища, боротьби за викорінування безграмотності та створення нових можливостей для людини;
- встановлення партнерських стосунків між сферами освіти і праці;
- зміст освіти повинен забезпечити навчання загальних професійних навичок, перехід від освіти до трудової діяльності;
- зміст професійної освіти передбачує оволодіння компетенціями, які виходять за рамки професійних навичок, необхідних на робочому місці.

Дотримання цих принципів у професійній освіті повинно сприяти розвитку здібностей і талантів людей, створенню можливостей для максимального розкриття потенціалу особистості, тобто дозволити людині стати повноцінним членом суспільства.

При цьому зберігається і завдання професійної освіти: надання людині можливості забезпечити себе необхідними засобами для існування. Провідні функціонери професійної освіти підкреслюють, що вона змушена пристосовуватись до реалій глобалізації. Вони розділяють зміст позитивних тенденцій глобалізації як процесу всевітнього зближення й солідарності, до якої від негативних тенденцій глобалізації, як процесу, пов'язаного з втратою культурної та цивілізованої різноманітності на планеті.

На думку вітчизняних і французьких дослідників (Л. І. Гур'є, К. В. Корсак, Е. В. Онушкина, Дж. Річчі, Дж. Джафарі та ін.), сучасна система французької освіти складалася протягом останніх двох сторіч та вважається однією із самих передових у світі.

Основні її особливості – перевага державних навчальних закладів і безкоштовність навчання для всіх, включаючи іноземців. Ще одна особливість – це практично однакова якість навчання як у столиці, так і у провінції. Держава вкладає величезні гроші в розвиток освіти і науки – тільки на освіту витрачається 25% державного бюджету.

Умови навчання прямо пропорційні вкладеним коштам. Країна займається розвитком передових технологій, не забуваючи при цьому і про історичні традиції.

Французька освітня система має яскраво виражену національну специфіку. У цій країні своя система дипломів та вчених ступенів, особливий розподіл на цикли. Існує особливе відношення до дипломів державних навчальних закладів: вони, як правило, цінуються набагато вище, ніж дипломи приватних шкіл та університетів.

У Франції не існує суворої грані між середньою спеціальною і вищою освітою: перша служить сходиною для другої. В системі вищої освіти немає такої спеціальності, яку не можна було б одержати в одному з навчальних закладів.

У більшості розвинутих країн світу поступово склалися так звані «бінарні» системи вищої освіти, де поряд з університетським сектором (найчастіше він домінує за кількістю студентів) функціонують досить численні спеціалізовані заклади, які приймають чималу частину молоді.

З європейських країн «бінарну» систему вищої освіти мають Бельгія, Великобританія, Греція, Данія, Ірландія, Нідерланди, Норвегія, Німеччина, Франція, Швейцарія та ряд інших.

Експерти з певними застереженнями відносять до бінарних і системи вищої освіти у країнах Східної Європи та в більшості країн Центральної Європи. На протилежному полюсі перебуває так звана «унітарна» система вищої освіти, до складу якої входять лише університети. Таке має місце в Італії, Іспанії, Фінляндії, Швеції.

У Франції налічується 80 університетів (universites) і близько 300 вищих шкіл (grandes ecoles) переважно монодисциплінарних, які мають невеликий (кілька сотень) контингент студентів. 25 % студентів навчається у приватному секторі, який налічує 5 університетів і більшість з 453 спеціалізованих закладів вищої освіти. Близько 2/3 студентів країни навчаються у державних університетах, і майже кожен із них – великий заклад з десятком і більше тисяч студентів, що має адміністративну і наукову ради.

Як стверджує французький дослідник Б. Тулемон, французькі виші відрізняються розмірами, але незалежно від місця розташування, гарантують високу якість освіти.

Вищі Школи, які готують державних службовців і гарантують випускникам постійне місце роботи, надаючи освіту дуже високого гатунку, вступають за конкурсом після дворічних післяшкільних підготовчих (репетиторських) класів, програми і вимоги яких вищі, ніж на двох курсах університетів.

Вступ до цих класів теж селекційний і лише за рекомендаціями шкіл та ліцеїв.

У випадку невдачі під час вступу до Вищих Шкіл випускники підготовчих класів вільно продовжують навчання відразу на третьому курсі університетів (за профілем).

Громадськість Франції вважає Вищі Школи з їхньою ґрунтовною системою підготовчих класів кращим досягненням національної системи освіти. Усі види кваліфікацій розподіляються на дві групи, пов'язані з коротко- і довготерміновим навчанням. У розвинутих країнах питання професійної туристської освіти вже давно набули стрімкого розвитку.

Дана галузь економіки потребує добре підготовлених спеціалістів, які у нових економічних умовах зможуть вирішувати поставлені перед галуззю складні завдання.

У Німеччини, Великій Британії, Австрії, Бельгії, Фінляндії, Франції, Китаї та інших країнах є чимало вищих навчальних закладів, де проводиться підготовка на рівні бакалаврів та магістрів з напрямку «Туризм» за такими спеціальностями, як «Туризм», «Економіка туризму», «Туризм і планування», «Туризм і гостинність», «Управління готельним господарством», «Культура і туризм», «Курортний менеджер», «Менеджер з круїзів» і т.ін.

Як свідчить міжнародний та вітчизняний досвід, праця спеціаліста в сфері туризму виходить за межі суто менеджерських дисциплін, охоплює не лише організаційно-управлінські та економічні питання. Фахівець з туризму має володіти соціальними, гуманітарними, культурологічними, історичними, правовими, естетичними, рекреаційними, екологічними, економічними та іншими знаннями, 2-3 іноземними мовами, сучасними комп'ютерними інформаційними технологіями.

Професіоналами туристичної індустрії мають бути притаманні доброзичливість, знання психології, уміння самостійного туроперейтингу і надання різних видів туристських послуг, що передбачає ширший обсяг фундаментальних знань.

Ще у 1980 році на Всесвітній конференції по туризму на Філіппінах було прийнято Манільську Декларацію, в якій підкреслюється, що «підготовка кадрів спеціалістів у галузі туристської індустрії має стати частиною навчання молоді, а введення туризму до програм навчання молоді є важливий елемент освіти та виховання, який сприяє постійному зміцненню миру. Система освіти орієнтована на виховання незалежних і критично настроєних громадян. У діловому житті істотну роль відіграють особисті зв'язки і знайомства.

Партнерів прагнуть знайти через посередників, зв'язаних дружніми, сімейними або фінансовими відносинами. Французи майстерно відстоюють свою позицію, при цьому достатньо жорстко ведуть переговори.

Останнім часом зростає мережа навчальних закладів, які розпочали підготовку спеціалістів безпосередньо для сфери туризму. Серед цих закладів існує така ж різноманітність, як всередині самої туристичної сфери, так як туристична діяльність багатопланова і різноманітна.

Починаючи з 50-х років ХХ-го сторіччя туризм набуває масовості. У Франції засновуються перші інститути та факультети з вивчення галузі туризму та підготовки професійних кадрів. На науковій основі досліджується рівень зростання у економіці частки туристичної галузі. Окрім суто економічних наук залучаються географія, історія, культурологія, етнографія та багато інших.

Усі ці методи дослідження формують особливості професійної підготовки спеціалістів у сфері туризму, готельного господарства та ресторанного бізнесу у вищій школі Франції.

Розраховуються основні напрямки, тенденції та особливості розвитку. Темпи зростання підприємств та відповідно робочих місць стають лідируючими серед інших галузей світової економіки, а це потребує додаткові професійні кадри.

Звичайно цей підйом був зумовлений величезним зростанням попиту.

Утримання зростання попиту потребує перш за все постійного зростання якості продукту. Тому особлива увага приділяється якості та практичності професійної підготовки.

Туристична галузь як ніяка інша залежить від багатьох інших галузей виробництва. Тому тільки спеціалісти з широким колом академічних знань можуть відповісти на потреби часу.

Розподіл ринку попиту зумовив структурне розгалуження туристичної індустрії. У вищій школі Франції з'являються спеціалізовані напрямки підготовки.

Система підготовки фахівців з туризму у Франції складається з таких компонентів:

- мережа спеціалізованих і частково спеціалізованих навчальних закладів;
- профорієнтація і професійне учнівство;
- середнє спеціальне кваліфікаційне навчання;
- вище спеціальне кваліфікаційне навчання.

Реалізація системи дає можливість вирішувати такі конкретні завдання:

- дотримання принципу безперервності освіти;
- інтеграція навчального, наукового і виробничого процесів;
- випуск фахівців з високою професійною підготовкою після кожного циклу комплексної ступеневої системи підготовки кадрів;
- ефективне використання обмежених.

На основі цієї концепції здійснюються педагогічні і матеріальні ресурси. Система підготовки фахівців з туризму заснована на безперервному циклі послідовної підготовки і перепідготовки туристських працівників у системі спеціалізованих навчальних закладів, зорієнтованих на туристичну галузь.

Така система дає можливість готувати кадри для всіх рівнів туристично-екскурсійної сфери: від працівників масових професій до фахівців управління, викладачів і вчених.

Вона досить гнучка і допускає різноманітні форми. В цю систему логічно вписуються *перепідготовка, підвищення кваліфікації кадрів туризму, післядипломне і сертифікаційне навчання*, в том числі з видачею диплома про другу вищу освіту.

Індустрія туризму розвивається величезними темпами, вдосконалюються вже відомі методи та напрями роботи, створюються нові.

В 1961 році був заснований центр вищих досліджень у галузі туризму на базі Університету Париж 1 Сорбона (l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne).

В 1981 році був створений Інститут Ватель (Institut Vatel), що випускає менеджерів з туризму та готельного господарства. На сьогодні він вже має 8 філій у 5-ти країнах.

В 1982 засновується навчальний центр з вищої освіти ESARC-CEFIRE. Мета цього приватного вищого навчального закладу є постійна підготовка висококваліфікованих спеціалістів для подальшої роботи в CEFIRE. Розташований у трьох великих університетських містах: Тулуза, Монпельє та Екс-ан-Прованс ESARC-CEFIRE випускає кожного року 900 студентів у галузях торгівлі, комунікацій, управління та діловодства. За об'ємом діяльності знаходиться у першій десятці приватних комерційних навчальних закладів Франції.

В 1990 року у Ліоні відкривається Школа кулінарного мистецтва та готельного господарства за поданням Міністерства Культури Франції. Таким чином було вирішено, не зважаючи на інтереси вже існуючих вищих навчальних закладів у Франції, що вони не задовольняють усі потреби у той мірі, щоб досягти необхідного теоретичного рівня знань, що вимагають майбутні національні та міжнародні керівники. Її метою було просування кулінарного мистецтва та вміння приймати по-французьки.

В 1998 році проводилася реорганізація школи.

Дві видатних особистості світу готельно-ресторанного бізнесу приєднуються до школи кулінарного мистецтва та готельного господарства в Ліоні: Gérard Pélisson – співзасновник ACCOR Group; Christian Lameloise – засновник SHB Group.

Весной 1990 были назначены три эксперта – Господа Garden, Zalta и Bordet – для изучения возможности створення новых университетов в регионе Норд-Па-де-Кале.

Трохи пізніше був створен Університет в Артуа декретом уряду і з його фінансової підтримки з метою зробити освіту доступнішою.

В останні роки (1985-2010) спостерігається значне зростання чисельності студентів – близько 12000 студентів у 1999-2010, перевершуючи прогнозування чисельності регіональної схеми розвитку Півночі – Па-де-Кале.

Історичні етапи становлення системи туристської освіти охоплюють останні 50 років, тобто ця галузь ще дуже молода і знаходиться в стадії розвитку і вдосконалення.

Однак, її розвиток відбувається особливо стрімко в останні 5 років. 60000 студентів і стажистів навчаються в навчальних закладах туристичного профілю.

Для поліпшення якості послуг, необхідно підвищити рівень кваліфікацій і компетенцій для того, щоб краще відповідати очікуванням все більш і більш вимогливою клієнтури.

Освіта має стати одним з ключових елементів цього «Плану підвищення якості туристичних послуг у Франції».

Сьогодні економіка туризму зазнає дві великі труднощі: попит на більш, ніж 50000 оголошень про наймання на роботу не підтверджується пропозиціями в професіях готельної справи. Щороку, близько 100000 чоловік кидають роботу в сфері туризму через відповідну нестійкість свого положення в цій сфері.

Сезонність робіт, невисока зароблена плата, недостатня можливість самореалізації, низька технологічна та інформаційна оснащеність туристичного сектора відторгає молодих і здібних кадрів від цієї сфери.

Два джерела дозволяють виміряти найману працю в туризмі: Національний Міжпрофесійним Промисловий Центр, який дає щороку число найманих робочих місць у сфері туризму і Національний Інститут Статистичних та Економічних Досліджень, який дає число робочих місць в «готелях, в кафе і в ресторанах». Таким чином, в нашому дослідженні є дані по сектору туризму в останньому кварталі 2010.

До того ж, діяльність «готелів – кафе – ресторанів» відображає 90% характерну діяльність сфери туризму. Число робочих місць в «готелях – кафе – ресторанах» 772,300 на 31 грудня 2010. Цей обсяг відповідає щорічній еволюції в 3%. Чітке створення найманих робочих місць в «готелях – кафе – ресторанах» приблизно 22 000 в 2010 році. (Таб. 2.1)

Професії у сфері туризму, готельної справи та рекреації різні, як різні і навчальні заклади, які здійснюють професійну підготовку таких фахівців.

Для визнання відповідними державними органами ці установи повинні бути санкціоновані назвою або дипломом, якому надають офіційний характер і внесеного до списку офіційної установи. Для численних фахівців постійне підвищення кваліфікації є циклом безперервної освіти, як умова збереження своєї конкурентоспроможності в туристичній сфері.

По відношенню до змін, пов'язаних з еволюцією очікувань клієнтури, з глобалізацією туризму, з вторгненням нових технологій і нових капіталів, як директори підприємств так і працівники відчувають потребу змінюватися.

З метою вдосконалення системи професійної освіти у Франції були створені громадські установи, які вносять свою лепту в реформування туристської освіти. (Таб..2.2)

Таблиця 2.1.

Наемная работа в «отелях, кафе, ресторанах» в сфере туризма.

В тысячах	2007	2008	2009	2010
1.	680,1	707,3	733,8	758,6
2.	687,7	716,4	742,2	762,9
3.	691,8	723,9	743,7	769,0
4.	697,3	727,8	749,6	772,3

Таблиця 2.2.

Установи, які реформують туристську освіту.

Виды деятельности	2008	2009	2010	%
Туристичні гостелі з ресторанами	140 403	145 042	144 988	20,7
Туристичні готелі без ресторанів	23 376	24 745	25 508	3,6
Готелі префектури	4 612	4 262	4 135	0,6
Експлуатація кемпінгів	6 601	6 772	7 103	1,0
Інші розміщення туристів	30 125	31 359	31 359	4,5
Традиційні ресторани	261 312	271 758	281 413	40,2
Ресторани швидкого типу	85 891	91 364	98 767	14,1
Сафе тютюну	11 915	11 996	12 335	1,8
Питні місця	29 448	29 297	29 921	4,3
Інші види діяльності(**)	13 355	12 280	12 354	1,8
Туристичні агентства та бюро	42 500	45 776	46 298	6,6
Термальні ванни і таласотерапія	6 983	6 189	6 433	0,9
Разом	656 521	680 840	700 614	100,0

НАПО – *Національна асоціація професійної освіти* (AFPA) – була створена у Франції в 1945 як приватна організація под керівництвом уряду, профспілок, організації промисловців. У тієї години Головним Завданням асоціації стала підготовка громадян Франції, що поверталися з німецького полону, до роботи по відродженню країни. На другій стадії розвитку (1956-1973) вона приділяла велику увагу підготовці кваліфікованих кадрів для сучасних галузів промисловості.

Третя стадія почалися з кризи 1973 – вона мала розв'язати проблеми перепідготовки французьких безробітних з урахування економічних процесів 70-х років.

Асоціація пропонує більше як 500 навчальний курсів для 300 професій; готує кадри для 40 країн світу. Ці перші освітні установи професійної орієнтації для дорослих у Франції і в Європі. Вона спирається сьогодні на 22 регіональні організації, 262 освітніх установ і 190 туристичних місць.

ГРЕТА – Державна освітня структура (*GRETA – Groupements d'ETablissements publics locaux d'enseignement*), надаючи можливості кожному студенту отримати професійну підготовку відповідно до його освітніх потреб і потреб французького ринку праці, є однією з сучасних форм організації безперервної освіти дорослих, з достатньою повнотою відбиває основні тенденції розвитку освіти дорослих в світі.

Ці організації локальних громадських освітніх установ, які об'єднують свої людські і матеріальні ресурси для того, щоб здійснити стратегію безперервної освіти (більше 290).

Освіта дорослих є однією з ключових проблем міжнародного співробітництва в сучасному світі, яке здійснюється на міждержавному та міжпарламентському рівнях, на основі регіональної координації діяльності неурядових організацій; на базі міжнародних департаментів національних організацій з навчання дорослих. Лідерами в цьому співробітництві виступають такі великі міжнародні організації, як ЮНЕСКО, зокрема, Інститут освіти ЮНЕСКО в Гамбурзі, Європейське Бюро з освіти дорослих, Європейська Асоціація освіти дорослих та інші міжнародні організації.

У сучасних умовах освіта дорослих все частіше розглядається в ряду глобальних проблем, без вивчення і вирішення яких розвиток людини і суспільства в цілому, є неможливим.

У зв'язку з цим надзвичайно важливим є об'єднання зусиль всіх організацій, що займаються освітою дорослих, у пошуку відповідей на питання, звернених до підготовки та перепідготовки дорослого населення кожної окремо взятої країни, змісту і технологій освіти дорослих.

Емпіричні дані свідчать про те, що в ряді європейських країн накопичений великий досвід побудови системи освіти дорослих.

ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ ПАЛАТИ – це суспільні установи адміністративного характеру. Перші торгово-промислові палати були створені 9 квітня 1898.

Зараз у Франції 159 торгово-промислових палат. Вони допомагають створенню мережі шкіл і центрів підготовки, здійснення нової національної політики проектування та розвитку всіх сфер економіки, в тому числі і туризму, і сприяють інтернаціоналізації освіти. Для організації національної економічної політики існує *Асамблея торгово-промислових палат*.

CNAM – Національна Консерваторія мистецтв і ремесел (*Conservatoire National des Arts et Métiers*) має на меті освіту дорослих протягом усього життя. Для статистики: тільки 1% закінчують з робочих сімей в порівнянні з 15% в університетах і лише 10% жінок.

Чудова кар'єра практично гарантована випускникам цієї школи: перші місця в уряді, на державній службі і в більшості галузей промисловості. Багато компаній воліють набір управлінського персоналу тільки з їх числа. Для визнання професій в сфері туризму у Франції, необхідно вирішити два питання: підвищити якість початкової і безперервної освіти; поліпшити структуру, зміст і методи підготовки в сфері туристської освіти.

Стан справ у сфері туристської освіти у Франції показує відносну суперечливість цієї системи. Сильне зростання туристичної діяльності викликало збільшення числа навчальних закладів туристичного профілю, в той час як більша частина викладачів залишається недостатньо освіченими, щоб відповідати вимогам специфічного характеру цієї сфери.

Різноманітність навчальних закладів створює труднощі у виборі необхідних навчальних планів і програм. У навчальних закладах найнижчого рівня (IV-V) студенти отримують недостатні знання для самореалізації в своєму кар'єрному зростанні, так як професії, якими вони повинні займатися цінуються не високо і не престижні.

У навчальних закладах I-III рівня становище трохи краще, але, тим не менш, не відповідає вимогам ВТО. За останніми статистичними даними число студентів, які отримали закінчену вищу освіту в сфері готельного господарства становить 18%ю

В інших секторах туризму в середньому 33%.

Перевага туризму в наданні освіти полягає в тому, що існує можливість отримати освіту, підвищити кваліфікацію або пройти перепідготовку на місцях.

Складніше йде справа з вищою туристською освітою, так як воно конкурує з класичною освітою в сферах управління, економіки, і маркетингу. Однак, міністерства спорту, туризму, сільського господарства та транспорту об'єднують свої зусилля в справі реформування освіти в сфері туризму. Необхідно починати з оцінки справжніх потреб у професії в наступних областях: професії виконавського рівня, професії приймаючого туризму і функцій стратегічного менеджменту.

Мова йде про те, щоб йти до кращої адекватності між потребами ринку туристських професій і освітою, між специфічністю територій та освітою.

Освіта повинна бути активізовано допомогою перебудовних інструментів. Тому, в першу чергу треба провести необхідну реконструкцію системи освіти:

- децентралізацію;
- реформу закону про професійну підготовку;
- появі нових професій і координацію європейських дипломів.

Децентралізація змушує переосмислювати партнерські відносини між державою і регіонами в питанні про технологічну і професійну освіту. Поряд з необхідністю збереження компетенції держави в деяких сферах діяльності, необхідно розширити компетенцію регіонів. Це означає здійснення нових партнерських відносин між державою і регіонами.

При аналізі реформи закону про професійну підготовку за словами міністра економіки Ф. Міра, мова йде про всі професії: «для того, щоб мати кваліфікований персонал, необхідно терміново реформувати нашу систему професійної підготовки».

Туризм також входить в сферу реформування цього закону.

▪ Новий закон про професійну підготовку повинен дозволити всім найманим робітникам сфери туризму отримати спеціальну туристську освіту для того, щоб поліпшити якість туристичних послуг, підвищити рівень кваліфікації та компетенції для відповідності очікуванням більш вимогливої клієнтури.

▪ Поява нових професій передбачає довгостроковий розвиток. Саме нові професії, засновані на мультіактивності і мультікомпетенції, з'являються в останні роки на світовому ринку праці. Освіта повинна вчасно відреагувати на їх появу.

▪ Координація європейських дипломів веде до необхідності координації всіх дипломів вищої освіти. Це вимушений захід диктується вимогами сучасного європейського розвитку всіх економічних, політичних і соціальних структур.

Країни Європейського Союзу вирішили узгодити свої курси в сфері професійної освіти і прийняти загальну систему дипломів з метою порівняння і еквівалентності на міжнародному рівні для створення сприятливих умов рухливості студентів і розширення свого доступу до співпраці в Європі. Ця система дозволить:

- порівняти європейські еквівалентності;
- здійснити рухливість студентів в межах Європи;
- конкурентоспроможність дипломів на ринку праці.

Європейська система освіти складена з уніфікованих модулів навчання. Кожен модуль відповідає дисциплінарному полю і має цінність, визначену в кредитах в рамках загальноєвропейських вимог і відповідає числу людино-годин (курс, практичні заняття, самостійна робота), які студент повинен освоїти для отримання свого диплома.

Успішне завершення навчального року вимагає мінімум в 60 кредитів, тобто 30 кредитів на семестр. Європейська система кредитів ECTS є новою методологією для вищої освіти Франції. Вона застосовується до всіх національних дипломів і сприяє гнучкості в отриманні освіти: ECTS дозволяє затвердити періоди занять, здійснені за кордоном, вони застосовні до всієї роботи студента (освіта, стажування, дослідницькі проекти), постійний контроль посилений і регулярний.

Нова організація занять характеризується розбивкою занять на 3 етапи: кожен рівень вивчення досягається придбанням європейських кредитів ECTS (European Credit Transfer System), а також твердженням періоду проведення наукових досліджень.

Ступінь бакалавра затверджена придбанням 180 кредитів ECTS. Ступінь магістра затверджена 120 кредитами ECTS після бакалавра. Замість диплома магістра можливе отримання диплома про вищу спеціальну освіту. Докторська ступінь, доступна після проходження магістратури. Навчання для отримання диплома про вищу спеціальну освіту розділено на 6 семестрів; магістратура організована в 3-4 семестру. Кожен семестр вважається успішним, якщо пройдено мінімум в 30 кредитів ECTS.

Сучасна туристська освіта передбачає формування сильної особистості з глибокими знаннями іноземних мов, високим рівнем професійної компетенції, широким кругозором.

Фахівці даної сфери повинні добре розбиратися в технічних деталях своєї професії, в міжнародному становищі, в стратегіях прийому та управління, в економіці туризму (статистика, транспорт, типи притулку). Все це повинно бути переосмислене через посилення партнерства між Державним Секретаріатом з туризму, Народною освітою та іншими органами в рамках великих освітніх ініціатив, що стосуються наділення правами навчальних закладів.

Щоб туризм досяг статусу повноправної дисципліни в системі сучасної освіти в повній мірі, необхідно також розвивати дослідження, економічне і стратегічне стимулювання цієї сфери, сприяти політиці новаторської освіти.

Аналіз різних секторів, зацікавлених в такому утворенні дає можливість зробити наступні висновки. Фахівці в сфері готельного господарства готуються дуже слабо у вишах, та їх підготовка викликає серйозну критику з боку підприємців. Постійна еволюція туристичної діяльності, її інтернаціоналізація, вносять нові елементи у підготовку фахівців для цієї галузі. Модернізація туристичної економіки в повній мірі означає створення моделі фахівця нової генерації, переорієнтацію базового ноу-хау, розвиток компетенції в приватних або громадських структурах, доступ до навчальних закладів для всіх.

Фахівці туристичних фірм не мають необхідної кваліфікації для роботи на туристичному ринку в сучасних умовах. Сьогодні фахівцям даного сектора туризму ставиться в провину недостатня освіченість в нових технологіях. В організації туристської освіти важливу роль відіграє Державний Секретаріат з туризму, який здійснює технічні заходи і регулює нормативно-правову базу туристської освіти. Його роль полягає в тому, щоб також підтримувати спеціалізовані школи та національні дипломи в рамках політики міжнародного визнання.

Він повинен сприяти створенню національної карти установ, відповідальних за початкову і безперервну освіту; зв'язок з регіонами. В рамках децентралізації ця установа вирішує питання про передачу компетенції регіонам; грає фундаментальну роль у використанні і фінансуванні освіти. Вона є сполучною ланкою між державою і регіонами; дозволяє розвивати зв'язки між національною туристичною політикою, локальними потребами та національною перспективою. Основні напрями пропозицій, які прагнуть поліпшити освіту при підготовці фахівців для сфери туризму:

- здійснювати великий зв'язок з усіма аспектами туристичної діяльності;
- ідентифікувати більш точно професії в сфері туризму;
- підняти рівень підготовки і поліпшити якість освіти;
- переосмислювати якісну структуру професій;
- дати переоцінку змісту освіти;
- поліпшити баланс між теорією і практикою;
- посилити професійну підготовку викладачів;
- посилити ступінь залучення фахівців до навчання у сфері туризму;
- постійне працевлаштувати випускників ВНЗ;
- зв'язувати поліпшення якості з підвищенням компетенції;
- збільшувати гнучкість структури ВНЗ для безперервної освіти;
- враховувати специфічність кожної туристичної зони.

Наше наукове дослідження констатує той факт, що освіта в сфері туризму стосується всіх верств населення, всіх смаків, всіх напрямів. Вона відрізняється великою різноманітністю державних або приватних компаній, на всіх рівнях, у початковій і безперервній освіті.

Освітні цілі у всіх секторах туризму наступні:

- посилити імідж кожної професії в сфері туризму;
- сприяти підвищенню кваліфікації працівників сфери туризму;
- збільшувати їх ефективність;
- забезпечувати більш цікаві перспективи кар'єри;
- поліпшувати якість туристичної пропозиції;
- приділяти більше уваги навчанню іноземних мов.

Освіта в готельній справі здійснюється численними приватними та державними структурами. В першу чергу, вони готують фахівців з низькою кваліфікацією для сфер внутрігостинічного бізнесу. В них вивчаються різні предмети прикладного характеру.

Особливу увагу приділяється математиці та французької мови, і випускники отримують «сертифікат професійної придатності» (СПП).

Після цих дипломів можливе підвищення кваліфікації на більш високому рівні, що дає можливість отримати диплом бакалавра про вищу спеціалізовану освіту.

Розрізняють два види диплома: диплом розвитку та диплом технології готельної справи. Ці два ступені бакалавра, які пропонують більш поглиблену освіту, прагнуть готувати конкурентних фахівців на ринку праці. Вони функціонують на основі наступного принципу: теоретичне та практичне навчання із стажуванням на підприємстві.

Прищеплюється висока культура праці, даються міцні теоретичні знання професії, однак і тут необхідно розширити спектр теоретичних дисциплін та збільшити тривалість практики на підприємстві. Теоретична і практична підготовка фахівців на отримання даного диплома настільки висока, що вони можуть обіймати керівні посади на підприємствах готельної галузі та конкурувати з випускниками «Шкіл готельної справи».

Наступний щабель професійної підготовки фахівців сфери туризму – це «Школи готельної справи», де навчання триває від 6 місяців до 3 років. Випускники даних навчальних закладів можуть відкрити свої власні підприємства. Багато шкіл дуже знамениті не тільки у Франції, але і у всьому світі. Поряд з загальнонавчальними навчальними закладами існує безліч приватних спеціалізованих шкіл, навчання в яких триває від 4 місяців до 2 років.

Вищий щабель цієї ієрархії складають університети, число яких зростає в геометричній прогресії з кожним роком.

Університетські дипломи об'єднуються навколо традиційних визнаних дисциплін, якими є управління, економіка, право, географія. Поки деякі університети звернули свої погляди на туризм.

Однак, реформа освіти у Франції, яка дає більше самостійності у виборі своїх напрямів в освіті, дозволить університетам більше уваги приділяти цій багатоплановій сфері. Багато педагогів і вчених пропонують створити справжню «науку про туризм», а не розмивати його між традиційними дисциплінами. Ця багатопредметна область повинна затвердити свою здатність виробляти поле чистого вивчення і визначати операційні поняття. Вища туристська освіта повинна зайняти гідне місце в системі вищої освіти Франції, як це було зроблено у Великобританії, Німеччині, Іспанії та Італії. Загальний зміст і цілі освіти включають в себе декілька рівнів:

Базовий рівень кваліфікованих службовців набувається або в професійному, державному чи приватному ліцеї, або в Центрі підготовки студентів. Отримана кваліфікація перекладається дипломами (МТС, СПП) отриманими в результаті навчання, яке включає в себе загальну і технічну освіту та стажування на підприємстві.

Середній рівень – це технічні фахівці з дипломом (МТС), яких готують професійні ліцеї за два роки, з періодами стажувань на підприємстві.

Вищий рівень – інженери, з вищим свідченням техніка.

Університетський рівень керівного складу. Вони отримують диплом про вищу спеціальну освіту або диплом магістра. Зростання навчальних закладів туристичного профілю в системі вищої освіти пояснюється розвитком туризму, починаючи з вісімдесятих років і його крайнім розмаїттям. На базовому рівні більше уваги приділяється практичній стороні підготовки. Чим вище рівень, тим більшу роль відіграє теоретична підготовка й такі загальні дисципліни, як економіка, культура, маркетинг, менеджмент та іноземні мови.

Всі навчальні заклади в сфері туризму пропонують такі види професійної підготовки фахівців: початкову освіту; професійна підготовка, поєднання різних форм освіти (стаціонарне, вечірне, заочне, дистанційне, діалогове); безперервна освіта; вищу освіту.

В урядових документах останніх років пропонується ряд заходів щодо активізації туристичної діяльності в сфері туристської освіти.

I. У сфері децентралізації: децентралізувати професійну підготовку розширюючи, в деяких випадках, компетенцію регіонів для того, щоб: виявити специфічність територій;

- домогтися адекватності між освітою і потребами на місцевому ринку; заохочувати професійну підготовку в національному та місцевому плані, для того, щоб передбачати краще потреби в питаннях кваліфікації;

- розширювати компетенцію регіонів в області професійної підготовки;

- створювати схеми розвитку туристської освіти в перспективному баченні (нові потреби, нові професії, підвищення компетенції).

II. У галузі педагогіки:

- реорганізовувати навчання з метою створення повноцінної туристської освіти;

- підвищувати кваліфікаційний рівень викладачів (створення конкурсу

- на заміщення посади викладача в навчальному закладі туристського профілю);

- розвивати навчання іноземним мовам;

- поглиблювати вивчення предметів, пов'язаних з економікою туризму (статистика, транспорт);

- узагальнювати організацію технології навчального процесу згідно з наступним принципом: загальна частина + модулі, пов'язані зі специфічністю тій чи іншій галузі діяльності, або тієї чи іншої території.

III. У галузі вищої освіти:

- створити точний реєстр професій у сфері туризму для об'єднання в ВНЗ;
- узгоджувати підготовку з утриманням та методами підготовки для отримання європейських дипломів, які передбачають три рівня: три роки (ліцензія), п'ять років (магістр), вісім років (докторська ступінь);
- починаючи з другого року навчання в магістратурі пропонувати професійну підготовку у поєднанні з науковою діяльністю;
- сприяти наступності навчання в ліцеях та університетах.

IV. В області нових професій:

- визначити зони компетенції різних міністерств;
- виробити надійну номенклатуру нових професій;
- здійснювати план навчання новим технологіям.

V. В області стимулювання:

- оцінювати професії туризму через національне стимулювання.

VI. В області наукових досліджень і економічного сприяння:

- створення Національного Інституту Туризму для дослідження та туристичної діяльності з ефективним економічним і стратегічним стимулюванням в експертних цілях для розвитку навчальних закладів в перспективі;
- сприяти експорту французького ноу-хау;
- сприяти діяльності університетів в міжнародному співробітництві.

VII. У сфері сприяння профосвіти за межами Франції:

- підвищувати рівень первинного та професійної освіти;
- підвищувати кваліфікаційний рівень студентів;
- озвивати туристське освіту з урахуванням специфічності територій для того, щоб відповідати на нові потреби в клієнтурі;
- готувати місцеві кадри;
- шляхом підвищення кваліфікації та професійної підготовки працівників створювати нове туристське пропозицію з урахуванням регіональних особливостей.

Відкривати нові навчальні заклади з навчання іноземним мовам; сприяти збільшенню обмінів, поліпшенню партнерських відносин. Особисто важливим є персонал-технології при підготовці фахівців для туристсько-рекреаційної сфери.

До основних форм активізації навчального процесу належать: проведення семінарів, «круглих столів», тестування, ділових ігор, застосування опорних сигналів тощо.

Невід'ємною складовою активізації навчального процесу є ділові ігри та тренінги.

Останні призначені для вироблення і прийняття управлінських рішень, комплексної оцінки ситуації, розвитку аналітичних здібностей, формування навичок визначення альтернативних і творчих шляхів вирішення складних соціально-виробничих ситуацій.

Під час проведення виїзних шкіл, семінарів, а також у навчальному процесі при вивченні дисциплін рекреаційно-географічного і екологічного спрямування ефективно застосування розробок відомих фахівців.

Тренінг – форма організації навчального процесу, яка носить більш інтенсивний, в порівнянні з діловою грою, характер і передбачає більш значне, ніж гра або тест, психологічно-вольове, інтелектуальне і професійне навантаження на учасників тренінгу.

У ряді вищих навчальних закладів, які спеціалізуються на підготовці менеджерів туризму, у навчальному процесі («ресурси міжнародного туризму», «стратегія розвитку французького туризму», «рекреаційні комплекси світу», «основи екскурсознавства і музеєзнавства», «географія культури», «історія туризму», «географія туризму», «стратегія розвитку національного туризму» та ін.) широко застосовуються ділові ігри і тренінги.

Поряд з широким впровадженням у навчальний процес інформаційних технологій та інших інновацій, важливу роль у підготовці фахівців вищої туристської кваліфікації відіграватимуть активні методи навчання – ділові та імітаційні ігри, ситуаційні завдання, тренінги. В цілому можна говорити про своєрідну систему туристської освіти у Франції, яка має свої відмінності від загальноєвропейської системи. Ця своєрідність полягає в чергуванні теорії, загальної підготовки, практики та стажування на підприємстві. Вона відрізняється від системи професійної підготовки у Великобританії та Німеччині.

Незважаючи на те, що існує цілісна система туристської освіти у Франції, починаючи з ліцеїв і закінчуючи університетами, проте немає повної номенклатури професій і стандартів у сфері туризму. В деякій мірі можна говорити навіть про анархію в сфері освіти в туризмі.

Не існує також загальної схеми відповідності потреб у фахівцях і масштабі їх використання в професійному полі. Нові інформаційні технології з інтерактивною і он-лайн інформацією повністю перевернули всю економіку туризму. Мета: дозволити всім у первісній і безперервній освіті краще опанувати цими новими технологіями. Державні органи і адміністративно-територіальні утворення мають сприяти створенню та використанню нових технологій. У нашому дослідженні проаналізовано витоки виникнення та становлення системи вищої туристської освіти Франції: її структура, зміст, кваліфікації і стандарти.

Особливий акцент робиться на розвитку університетської освіти і наближення освітньої системи Франції до європейської. Наше дослідження підкреслює той факт, що дійсно існує система туристської освіти, яка охоплює всі вищі навчальні заклади не тільки у Франції, але і в її заморських територіях. Туризм, будучи міжгалузевим сектором, чуйно реагує на будь-які зовнішні зміни, швидко адаптується до нововведень, оперативно освоює нові інформаційні технології, чітко слідує за змінами в світовій економіці, швидко реагуючи на зміни в попиті.

Проте, в даній сфері діяльності існують великі проблеми з підготовкою фахівців, які відповідають сучасним потребам галузі. У перспективі позиції Франції на світовому туристському ринку будуть залежати від того, чи зможе вона залучити нові категорії клієнтів, зокрема численних транзитних туристів, наступних в Іспанію, Португалію та Італію через її територію. В цьому напрямку Франція вже зробила ряд кроків.

Вона визначила перспективні туристичні ринки (Південна Америка, Центральна-Східна Європа і Росія, Азія (Китай, Індія, країни Південно-Східної Азії), Близький Схід, ПАР) і приступила до їх освоєння, значно розширила спектр пропонованих туристських продуктів (діловий, природо-орієнтований, культурно-пізнавальний туризм, спеціальні види туризму). Особливе значення в плані зміцнення позицій Франції як туристичного напрямку має державна підтримка галузі і просування національного туристичного продукту за кордоном. Слід зазначити також туристську освіту в сучасних економічних умовах і ту, яка буде конкурентоспроможною в найближчі роки. Для українського ринку наявність і діяльність фахівців туризму – явище нове.

З кожним роком розширюється спектр спеціальностей в туристичній галузі.
Професійну туристську освіту пропонують в основному вищі навчальні заклади.

Хоча європейські експерти відзначають, що туризм відноситься до одного з секторів економіки, де в сучасних умовах тривала освіта не рекомендується.



2.2. Змістовно-технологічна підготовка кадрів для сфери туризму Франції



У Франції 2258000 студентів (включаючи закордонні департаменти), які навчаються в 3500 вищих навчальних закладах, у тому числі 83 державних університетах, 112 технологічних інститутах з 2-х річним терміном навчання, 5 католицьких університетах, 30 педагогічних інститутах, 24 приватних католицьких педагогічних школах, 224 інженерних школах, 220 школах бізнесу та менеджменту.

Всесвітньо відомий університет у Франції **«Сорбонна»** є форпостом всієї туристської освіти у Франції та на заморських територіях, який здійснює свою наукову та навчальну діяльність спільно з Французьким Агентством Туристичного Проектування, Торгово-промислової Палатою Парижа, Регіональними Комітетами з туризму, Федеративної асоціацією гостинності Франції, Федерацією міжнародних молодіжних організацій подорожей, Інститутом повітряного транспорту Франції, Національною компанією залізниць Франції і багатьма іншими громадськими організаціями, починаючи зі створеного в 1961 усередині Університету Париж I (пантеон – Сорбонна), під ім'ям Центру Вищої освіти з туризму (CEST), в 1989 став **Інститутом досліджень та вищої освіти в сфері туризму (IREST)**.

Цей навчальний заклад відсвяткував свою 40-ту річницю 27 вересня 2001. Інститут готує фахівців на різних рівнях за спеціалізаціями: «Готельна справа», «Туристичні стратегії», «Туристичне проектування та розвиток», «Туристичні та готельні стратегії», «Туристичний менеджмент» і «Міжнародна готельна справа».

Фахівці, які отримали диплом за цими напрямками мають можливість працевлаштування в секторі подорожей, на курортах, в парках відпочинку і розваг, в державних і громадських організаціях, які займаються туристичною діяльністю, в територіальному адміністративному апараті, в різних асоціаціях, в національних та міжнародних відомствах, які займаються оцінкою, проектуванням і побудовою об'єктів туристичної діяльності. Студенти, які навчаються в цьому інституті, мають можливість перервати своє навчання.

А потім продовжити його в одному з профільних навчальних закладів в будь-якій європейській країні. На стадії інтернатури можливе стажування на підприємстві туристичної галузі у європейській країні.

Навчальний процес в цьому інституті характеризується високим рівнем технічного оснащення, застосуванням сучасних інформаційних та педагогічних технологій з удосконаленням традиційних способів навчання: лекцій, семінарів, колоквиумів, наукових конференцій.

Інститут проводить міжнародні наукові конференції та семінари спільно з Національним Агентством Туристичного Проектування. У 2002 році проходила конференція на тему «Капіталовкладення в туризм» і привернула до участі 850 фахівців.

У сфері дипломування Інститут досліджень та вищої освіти в сфері туризму пропонує 3 типи професійної освіти:

I. Національний диплом 2-х річного циклу

Професійний диплом «лісанс» за спеціалізацією «Готельна справа і туризм» з двома спеціальностями, «Готельна справа» і «Туристичний розподіл».

II. Національні дипломи 3-х річного циклу

Диплом про вищу спеціальну освіту за спеціалізацією «Право і податкова система в туризмі». Європейський диплом про вищу освіту за спеціалізацією «Туризм – культура – середовище». Диплом про вищу освіту за спеціалізацією «Туристичні стратегії в готельній галузі» з двома спеціальностями, «Туристичне проектування та розвиток» і «Міжнародна готельна справа».

III. Диплом університету 3-х річного циклу досліджень, спеціалізованих в сфері туризму. Зміст навчання включає два рівні: загальна та спеціалізована освіту. Потім обов'язкове стажування і захист диплома французькою мовою, частина дипломної роботи захищається на англійській мові.

Все навчання здійснюється за модульною системою: в середньому 20 модулів (модуль – 15 годин). Загальна кількість годин на кожному рівні навчання 300.

Для отримання загального диплома фахівця туристичного бізнесу необхідно вибрати предмети на 195 годин.

Обов'язкові модулі за спеціальністю «Туристичне проектування та розвиток»: «Розвиток територіального туризму», «Моделювання та туристські кількісні методи», «Аналіз та проектування».

Модулі на вибір: «Туристичний е-маркетинг», «Туризм та безпека», «Туризм та інновації», «Місцевий розвиток і довгостроковий туризм».

Студенти, які хочуть отримати національний диплом вищої освіти 3-х річного циклу за спеціалізацією «Право і податкова система у сфері туризму», можуть пройти професійну підготовку протягом одного року, маючи відповідну для цього кваліфікацію.

Освіта включає 300 годин навчального часу, семінари та конференції, участь у великих туристичних заходах та відвідування підприємств, мінімальну 3-х місячне стажування, а також обов'язкову навчальну поїздку за кордон на початку року.

Мета освіти з даної спеціалізації полягає в тому, щоб підготувати студентів до професійної діяльності в сфері туризму, роблячи їх здатними створити своє підприємство або туристичну організацію на рівні підвищеної відповідальності. Мова йде як про те, щоб передати їм «гуманістичний» підхід до туристичної діяльності, так само як культуру спілкування і обмін інформацією, як важіль місцевого економічного розвитку.

Основне завдання такої освіти полягає у формуванні таких функцій, які зможуть мобілізувати майбутніх дипломованих фахівців на активну творчу діяльність, на розуміння всіх її аспектів, на вирішення юридичних і податкових питань, здатних реалізувати себе в рамках туристичної діяльності, як в національному, так і міжнародному масштабі. Майбутні фахівці цієї сфери повинні використовувати новітні інформаційні та комунікативні технології та методології, володіти як юридичної, так і галузевою компетенцією, щоб вирішувати за допомогою отриманої першокласної освітою найбільш значні туристичні проблеми в майбутньому.

Майбутні фахівці успішно працевлаштовуються в комерційному приватному секторі (агенти з організації поїздок, готельної справи, великих тематичних парків, у великих консультативних агентствах, асоціативних закладах та бюро з досліджень, проектування).

Йдеться, головним чином, про керівних складах адміністративних служб юридичних операторів: консультанти з юридичних податкових питань, по спірним комерційним і адміністративним проблемам, з питань розвитку проєктів, фінансової реконструкції, міжособистісних відносин.

У територіальному секторі, мова йде про посади референтів або керівництво в офісах туризму, в об'єднаннях з обслуговування туристів, в головному управлінні з туризму, і в міжнародних органах (Організація економічного розвитку і співпраці, Міжнародна організація праці, Європейські комісії), а також організаторами друку в сфері туризму і керуючими он-лайн послугами. Для отримання відповідного диплома претенденти повинні працювати в одній з правових установ або мати диплом еквівалентного рівня. Вони також можуть займати будь-яку керівну посаду в сфері туризму і готельної справи.

Національний диплом вищої освіти 3-ого циклу за спеціалізацією «Туристичні та готельні стратегії» отримують студенти, які навчаються один рік, за наявності освіти з професійною домікантою. Навчання включає 300 годин навчального часу, конференції та відвідування підприємств, стажування з мінімальним терміном на 3 місяці. Ця спеціалізація прийшла на зміну таким спеціалізаціями, як «Туристичний менеджмент» і «Міжнародна готельна справа» створеним в 1993 з метою відповідності змісту навчання потребам у фахівців.

Пріоритет був даний тематичному підходу в освіті, у використанні нових технологій і особливо Інтернету, а також у використанні англійської мови з деяких дисциплін.

Мета даної спеціалізації полягає в тому, щоб навчати й удосконалювати керівні кадри, сприяти розвитку їх умінь працювати в команді, в управлінні туристичними установами, в готельної галузі. Працюючи на національному або міжнародному туристичному ринку, вони можуть пристосуватися до різних типів клієнтів і туристичного продукту, працювати зі справжніми засобами зв'язку, проводити навчання кадрів для здійснення інноваційних проєктів.

Сфера працевлаштування охоплює як приватні, так і громадські сектора, в яких здійснюються комерційні та маркетингові функції. У цій перспективі навчання включає в себе методологічний підхід, котрий сприяє включенню в професійне поле: коли навчання ілюструється відповідними прикладами, поданням випадків з професійної практики і моделюванням різних аспектів професійної діяльності, професійними зануреннями, вдаючись до інформаційних ресурсів, участі в семінарах і конференціях, і т. д.

Кандидати на отримання диплома DESS спеціалізації «Туристичні та готельні стратегії» повинні мати один з таких дипломів:

- магістр управління або економіки;
- бакалавр сфери туризму і готельної справи, зовнішньої торгівлі;
- магістр IUP в сфері туризму і готельної справи;
- інші дипломи магістра еквівалентного рівня.

Вони можуть також мати певний досвід роботи в цих сферах. У цьому випадку дозвіл на навчання повинен дати Педагогічний Комітет DESS (Декрет 1985, Закон суспільної модернізації від 17 січня 2002). Для навчання організуються підготовчі курси, які включають в себе:

- теоретичний курс, який ведуть викладачі університету і фахівці;
- семінари, конференції та відвідування підприємств, діяльність у співпраці з туристичними установами і профорганізаціями;
- стажування на підприємстві та ознайомчі поїздки.

Курс має в середньому 15 годин на тиждень протягом 20 тижнів (з максимумом 25 годин щотижня). Гнучкість навчального плану, зручний розклад, індивідуальні дослідження, пов'язані з підготовкою диплома дозволяють кандидатам плідно займатися своєю освітою. Зміст трьох місячного стажування у Франції або за кордоном відповідає педагогічним цілям спеціалізації і проходить на підприємствах або в туристичних організаціях.

Особливе місце в навчанні займає вивчення інформаційних технологій.

Протягом усього терміну навчання студенти мають можливість користуватися Інтернет-технологіями. Кафедра «педагогічної майстерності» призначена оцінювати в кожній з партнерських країн докторські ступені, дипломи магістрів і дослідження в сфері професійних занять. Новий напрямок у сфері туристичної освіти – спеціалізація «Європейський туризм, культура і навколишнє середовище» здійснюється протягом 300 годин, з мінімальним 3-х місячним закордонним стажуванням.

Організація освіти з тематичних модулів посилює зближення між професійною проблематикою і більш академічним змістом. Вона полегшує також деякий рівень спеціалізації завдяки можливостям вибору специфічних модулів. Вимоги для кандидатів на отримання відповідного диплома тіж, що і на попередній спеціалізації. Освіта, забезпечена професіоналами і інститутськими кадрами представляє приблизно 45% загальної суми годин, до яких додаються конференції, забезпечені головним чином фахівцями. Мета спеціалізації полягає в тому, що вона спрямована в бік нових професій, пов'язаних з появою на ринку туристичного продукту з превалюванням таких понять, як «надбання» і «середовище», беручи до уваги розвиток довгострокового та екологічного туризму.

Управління та розвиток туристичної діяльності повинні розташуватися в рамках довгострокового розвитку, тобто з урахуванням природоохоронного і людського факторів.

Мета в отриманні цього диплома вищої спеціальної освіти полягає в тому, щоб дати студентам інструментарій аналізу, який дозволяє їм здійснити пріоритети, оголошені усіма країнами Організації Економічного Співробітництва та розвитку на майбутні роки.

Коли професіоналізація спрямована в бік туристичної діяльності, то політика освоєння території, оцінювання природного та культурного надбання, вимагає підрозділу фахівців, кар'єра яких пройде в секторах, зазначених різноманітністю громадських і напівдержавних структур, особливостями територіального туризму, комерційними і асоціативними приватними підприємствами. Вони повинні управляти складними проблемами і сприяти розумному розвитку довго-строкового туризму.

Д. Джако і Ж. Паскуаліні у своєму дослідженні «Туризм в Європі» стверджують, що зацікавлені ринки окремих предметів культурного надбання закликають до подальшого його розвитку. Розширюється простір туристської діяльності і формується міжнародна її природа, спостерігається зростаюча рухливість робочих місць.

Цей напрямок перспективно для України, яка володіє величезними культурними та природними пам'ятками. Випускники працюють в різних сферах туристичної діяльності:

- менеджерами в: установах фінансового та комерційного управління; громадських / приватних структурах;
- референтами в: культурних та екологічних, громадських або приватних установах, на національному або місцевому рівні; сфері туризму, культури та навколишнього середовища; адміністративно-територіальних утвореннях (район, відділ, регіон, природні парки, офіси туризму); відділах зовнішніх операцій держави.

Саме в європейському масштабі розвивається практика екологічного управління туристичними утвореннями, заохочення установами Європейського Союзу.

Випускники можуть працювати менеджерами в установах фінансового та комерційного управління, в громадських або приватних структурах; референтами в сфері туризму в культурних та екологічних, громадських або приватних установах, на національному або місцевому рівні; агентами або референтами в сфері туризму, культури і навколишнього середовища, і в адміністративно-територіальних утвореннях (район, відділ, регіон, природні парки, офіси туризму) та відділах зовнішніх операцій держави. Існує також кілька посад міжнародного рівня (ЮНЕСКО, ЄС, ООН).

До цих раніше ідентифікованих професій, додалися в останні роки професії, які беруть до уваги засоби масової інформації, які відповідають новим інформаційним і комунікативним технологіями. Розвиток екологічного туризму, збільшення туристичних екологічних брендів на європейському рівні і концепція нових продуктів в культурній або екологічній домініанті пропонують також нові шляхи працевлаштування.

Компетенція фахівців пов'язана з роботою в установах фінансового та комерційного управління; складанням фінансових документів; туристичним посередництвом при адміністративно-територіальних організаціях, що стимулюють охорону і захист навколишнього середовища і довгострокового туризму при регіональних і національних природних парках, а також при асоціативному і приватному секторі (агенти з організації туристичних поїздок), включивши до їх стратегії екологічної політики; розробкою туристичних маркетингових стратегій у створенні і розвитку нових інструментів реалізації туристичного продукту.

Кандидати на отримання європейського диплому про вищу освіту за спеціалізацією «Європейський туризм, культура і навколишнє середовище» повинні мати такі дипломи:

- Магістр ділового адміністрування.
- Бакалавр в сфері туризму і готельної справи.
- Бакалавр в сфері зовнішньої торгівлі.
- Магістр міжнародного університету туризму і готельної справи.

Для отримання європейського диплому спеціальної вищої освіти необхідно вивчити такі обов'язкові модулі:

- «Туристська система»,
- «Навколишнє середовище»,
- «Культурний туризм»,
- «Управління та комерційне спілкування»,
- «Європейські програми»,
- «Туристське підвищення вартості культурного надбання»,
- «Право навколишнього середовища в сфері туризму».

Університет Сорбонна створив в 1998, у співпраці з ЮНЕСКО, кафедру ЮНЕСКО в Інституті досліджень та вищої освіти в сфері туризму для досліджень в галузі культури, туризму та суспільного розвитку. Співробітники цієї кафедри з моменту її створення для удосконалення міжпредметних зв'язків співпрацюють з Інститутом вивчення економічного та суспільного розвитку (IEDES) і Посередницьким відділом культури і образотворчих мистецтв університету.

Мета створення кафедри полягає в тому, щоб сприяти систематичній діяльності в сфері досліджень, освіти, інформації та документації, формуванню стратегій культурного туризму, для довгострокового розвитку, участі місцевих туристичних організацій в проектах і в прибутках від туризму, полегшуючи діалог між культурами. Діяльність кафедри сприяє також регіональному і міжрегіональному співробітництву дослідників і професорів міжнародного рівня. В результаті плідної діяльності кафедри ЮНЕСКО в 2002 році був здійснений 21 проект з 26 країн і 41 університету.

Проаналізовані програми навчальних закладів, які готують фахівців сфери туризму в розвинених країнах світу, дозволяють скласти докладне уявлення про систему професійної підготовки в туристській сфері, виявити основні напрямки цієї підготовки, спеціальні модулі, визначити терміни. Все вищевикладене свідчить про те, що дана система в цілому носить гнучкий і прозорий характер, що дозволяє їй швидко пристосовуватися до нових, постійно мінливих умов розвитку суспільства.

Професійний лісанс – це національний професійний диплом, університетській диплом II-го рівня (Бак + 3), що відповідає положенням постанові Міністерства Освіти від 17 листопада 1997 року про «Створення диплому – професійний лісанс».

Пропонованій освітній курс був розроблений у партнерстві з підприємствами та організаціями з туризму та готельного господарства. Інститут Досліджень та вищої освіти у туризмі Університету Париж 1 Пантеон Сорбона та CFA Stephenson заснували диплом «професійний лісанс» по спеціалізації «Туризм», з 2-ма відмітками – «Готельне господарство» та «Туристична дистрибуція» у 2002 році.

Він приймає 30 студентів на період в один рік за особливою системою стажування (3-х відів: учнівство, стажування, продовжена освіта).

Викладання у IREST та CFA Stéphenon розподілені на 27 тижнів (3 дні теоретичних занять на тиждень). Смороду складають 550 годин крім періодів освіти на підприємстві, контрактом на учнівство та на стажуванні.

Професійний лісанс «Туризм» призначений для підготовки на посаду менеджера 1-го рівня, що є рівнем керівних кадрів: цей професіонал має обов'язок очолити та активізувати виробничі колективи та його діяльність поділяється між управлінням персоналом, організацією та управлінням активізацією діяльності. Лісанс ставить акцент на нове коло знань необхідних у світі туризму: необхідність відновленого комерційного підходу та інтеграції; використання нових технологій у широкому спектрі професійної діяльності.

Перши посади: згідно з 3-ма секторами охопленими змістом освіти (готельне господарство, туристична дистрибуція, територіальний туризм) відповідають певним типовим призначенням «директор служби прийому», «директор служби облаштування ресторану», «директор служби бронювання». Освіта дозволяє отримувати підвищення з цих посад до таких же самих посад але у більш великих підприємствах.

Чи перейти зі статусу помічника до статусу керівника у тому ж самому великому підприємстві (готель чи інші туристичні заклади, агенції подорожей, обладнання залів для гостей, різні структури бронювання і т.д.).

Освіта доступна різним категоріям абітурієнтів (французам та іноземцям, тим що починають освіту та тим що подовжують, с дипломом бак +2 чи після відповідного іспиту та професійного досвіду) та пропонує навчання за вибором та різні варіанти освіти, у рамках інноваційної педагогіки, що дозволяє одночасно індивідуалізацію та професіоналізацію.

Кандидати на професійний лісанс «Туризм» повинні мати один з наступних дипломів соответствующий національному диплому відповідному двом рокам вищої освіти, а саме наступні дипломи:

DEUG:

- економічне та соціальне управління;
- право, економіка та менеджмент;
- гуманітарні та соціальні науки;
- філологія та мови (примітка прикладні іноземні мови) ;
- мистецтво (примітка культурне посередництво та комунікація) ;
- науки (примітка прикладна математика в соціальних науках).

DEUST: менеджмент, комерційна та канцелярська організація.

DUT:

- спеціальності з юриспруденції;
- адміністративний та комерційний менеджмент;
- управління підприємствами та адміністраційними службами;
- управління логістикою та транспортом;
- інформатика;
- інформатика / комунікація;
- контроль якості;
- послуги та комунікаційні мережі;
- методи комерціалізації.

BTS з послуг:

- комерційна діяльність;
- міжнародна комерція;
- продажі;
- помічник з управління PME-PMI;
- готель – ресторан (примітка A: «готельний менеджмент та маркетинг»);
- туризм – відпочинок (примітка «концепція – реалізація» чи «прийом – масові заходи») ;
- до того BTS «Масові заходи та місцевий туристичний менеджмент» (AGTL) ;
- BTS «Продажи та надання туристичних послуг» (VPT).

Провідна роль у реалізації французької методики підготовки фахівців туризму і гостинності належить найбільшій французькій транснаціональній туристсько-готельній корпорації АССОК і кільком іншим туристським системам і готельним мережам, що підтримують різноманітні школи й освітні структури, зокрема туризму та готельного бізнесу.

АССОК – це міжнародна група в 140 країнах і яка має 125000 співробітників. Ця група вважається європейським лідером. Її діяльність визначається за двома напрямками.

Поступальний рух групи забезпечується її розвитком: у 2008 році приріст сягнув 20%.

Accor Group – французька компанія, оператор мереж готелів і ресторанів. Штаб-квартира – в передмісті Парижа Еврі. Заснована в 1967 році. Accor Group має в власності і в управлінні близько 4 тис. Готелів по всьому світу із загальним номерним фондом близько 500 тис., які працюють під такими основними брендами:

- Sofitel – готелі класу люкс;
- Pullman – готелі вищого класу;
- Novotel – стандартизовані готелі верхнього сегмента середнього класу;
- Adagio – апарт готелі (комплекси тривалого перебування) верхнього сегменту середнього класу;
- Mercure – готелі середнього класу;
- Ibis – стандартизовані готелі економкласу;
- Ibis Styles – готелі економкласу;
- Ibis Budget и Formule 1 – стандартизовані бюджетні готелі;
- Motel 6 – стандартизовані бюджетні мотелі у США и Канаді.

Крім цього, компанія управляє мережами ресторанів Ticket Restaurant і Luncheon Vouchers, а також рядом казино і туристичних компаній.

Загальна чисельність персоналу Accor Group – 200 тис. Чоловік. У 2008 році виручка компанії склала 7,74 млрд. євро, а чистий прибуток - 575 млн. євро.

У серпні 2010 року компанія оголосила про пріоритетну увагу до ринків Латинської Америки і Індії.

Один напрям – ділова активність групи, пов'язана з готелями, яка підтримується додатковою діяльністю (туристські агенції, організація громадського харчування, обслуговування пасажирських залізничних перевезень, казино). Інший – це сервіс – ваучери корпоративного обслуговування. Провідна концепція Групи АССОК полягає в тому, що співробітників цінують, заохочують їхню ініціативу та зміцнюють корпоративний дух. Велика увага в організації приділяється якості, вмінню злагоджено працювати в команді.

Вважається, що кожен може зробити в АССОК кар'єру, причому значно швидше, ніж деінде. Професії утворюють «професійні сходи»: три чверті керівників готелів і агенцій обіймають свої посади шляхом внутрішнього просування кадрів.



Щороку 20% персоналу піднімаються службовими сходами, обіймаючи більш високу посаду або нову посаду в новому секторі чи країні. Щороку Група повідомляє своїх службовців про наявність 20 000 вакансій.

У середині Групи існує прозорий внутрішній ринок, доступний усім бажаючим: інформація про кращі робочі місця і вакансії публікується на спеціальних плакатах, а в найближчому майбутньому вона стане доступною по внутрішній комп'ютерній мережі.

АССОК надає шанс зробити міжнародну кар'єру: у наш час 350 експертів є представниками Групи в усьому світі.

Професійна робота і результати заслуговують на заохочення: в організації розроблено спеціальні схеми заохочення співробітників. У середині Групи заробітна плата вища, ніж у цілому на ринку. Деякі службовці, що досягли керівних посад в результаті внутрішніх кадрових переміщень, за десять років збільшили свою заробітну плату в чотири рази.

З початку свого існування Група надає великої ваги професійній підготовці, активно навчаючи своїх співробітників. Завдяки цьому створилися умови для мобільної кар'єри як в одній конкретній країні, так і на міжнародному рівні (Табл. 2.3).

Така організація навчання і переміщення кадрів дала змогу зборам журі ANDCP і LE FIGAR директору з персоналу в жовтні 1999 рока присвоїти звання найкращого директора року у Франції. Завдяки міжнародному статусу і додатковій діяльності Група ACCOR пропонує великий вибір професій для людей різного походження із різними соціальними і фізичними можливостями. Це, зокрема, сфера організації громадського обслуговування і харчування, бронювання, технічні й інженерні служби, продажі, бухгалтерія, юридичні консультації, пакет-тури, маркетинг, управління людськими ресурсами, фінанси і багато іншого. У своїй професійній кар'єрі кожен службовець може скористатися перевагами внутрішніх зв'язків, які існують між різними посадами, видами діяльності, напрямками і структурами організації. Для персоналу ACCOR набуття міжнародного досвіду – це можливість розширити фахові знання і поділитися тим, що вони вже вміють.

Розвиток підприємництва – це пріоритетна стратегія Групи, яка реалізується в посадах менеджерів з розвитку бізнесу, менеджера проекту, директора з розвитку бізнесу в країнах, що розвиваються. Наявність службових перспектив пов'язаних з розширенням Групи ACCOR, стимулюють персонал до розвитку своїх здібностей: проводити експертну оцінку в секторах – правовому, фінансовому і нерухомості, удосконалювати майстерність з проведення переговорів. Необхідними якостями вважаються: вміння бачити і визначати головне у складних проблемах, дипломатичність, наполегливість, цілеспрямованість, завзятість, уміння прийняти правильне рішення, володіння як мінімум двома іноземними і рідною мовою на рівні щоденного спілкування, диплом бізнес-школи, незалежність і бажання присвятити себе важкій, але захоплюючій діяльності.

Top 10 of worldwide hotel groups as of 1 January 2013									
Top 10 des groupes hôteliers mondiaux au 1 ^{er} Janvier 2013									
RANK - RANK	GROUPES - GROUPS		HOTELS - HOTELS		CHAMBRES - ROOMS		NOMBRE % EVOL.		
2013 2012			2013	2012	2013	2012	GROWTH	GROWTH	
1	1	IHG	GB	4 602	4 480	675 982	658 348	17 634	2,7%
2	2	Hilton Hotels	USA	3 992	3 861	652 378	631 131	21 247	3,4%
3	3	Marriott International	USA	3 672	3 595	638 793	622 279	16 514	2,7%
4	4	Wyndham Hotel Group	USA	7 342	7 205	627 437	613 126	14 311	2,3%
5	6	Choice	USA	6 198	6 203	497 023	502 460	-5 437	-1,1%
6	5	Accor	FRA	3 515	4 426	450 199	531 714	-81 515	-15,3%
7	7	Starwood Hotels and Resorts	USA	1 121	1 076	328 055	315 346	12 709	4,0%
8	8	Best Western	USA	4 024	4 018	311 611	295 254	16 357	5,5%
9	9	Home Inns	CHI	1 772	1 426	214 070	176 562	37 508	21,2%
10	10	Carlson Rezidor Hotel Group	USA	1 077	1 077	166 245	165 802	443	0,3%

Source: MKG Hospitality database - March 2013

Структура спеціалізацій

Готельне господарство	Туристична дистрибуція
СЛУЖБА ПРИЙОМУ <input checked="" type="checkbox"/> голова служби прийому <input type="checkbox"/> помічник голови служби прийому <input type="checkbox"/> начальник зміни БРОНЮВАННЯ Служба бронювання <input checked="" type="checkbox"/> голова служби бронювання <input type="checkbox"/> начальник зміни <input checked="" type="checkbox"/> відповідальний за бронювання СЕМІНАРИ/БАНКЕТИ <input checked="" type="checkbox"/> комерційний аташе з семінарів та банкетів <input type="checkbox"/> помічник комерційного аташе КОМЕРЦІЙНИЙ ВІДДІЛ <input checked="" type="checkbox"/> торговий помічник МЕНЕДЖЕМЕНТ ПРИБУТКІВ <input checked="" type="checkbox"/> менеджер з прибутків (в готелі)	АГЕНТСТВА «ДІЛОВІ» <input checked="" type="checkbox"/> Керівник / начальник зміни БРОНЮВАННЯ Служба бронювання <input checked="" type="checkbox"/> голова служби бронювання <input type="checkbox"/> начальник зміни <input checked="" type="checkbox"/> відповідальний за бронювання АГЕНТСТВА «ТУРИЗМ» <input checked="" type="checkbox"/> голова служби у залі КОМЕРЦІЙНИЙ ВІДДІЛ (тур оператори) <input checked="" type="checkbox"/> торговий представник
	ТЕРРИТОРІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ
	БРОНЮВАННЯ <input checked="" type="checkbox"/> голова служби бронювання (та інші призначені)

Ознайомлення з міжнародним досвідом відбувається за кількома сценаріями: разові завдання, короточасні (кілька тижнів або місяців) відрядження в ролі заступників, місцеві контракти на роботу (набір на місці), контракти на роботу за кордоном (звичайно на три роки, з можливим продовженням).

Службовці компанії, які виїхали працювати за кордон, можуть обіймати широкий діапазон посад – від шефа-кондитера до керівника готелю.

Великий попит на персонал ACCOR у Південній Америці, на Карибах, в Азії, Центральній і Східній Європі, на Середньому Сході та Середземномор'ї. Група ACCOR широко відома завдяки тому, що вона ефективно використовує професійні секрети численних фахівців для задоволення запитів ділових клієнтів, надаючи їм послуги найвищого стандарту якості. Саме працівники відповідають за розвиток клієнтської бази і забезпечення її лояльності до Групи, організують заходи щодо просування товару до споживача.

Випускник **бізнес-коледжу й університету**, що входять до групи ACCOR, який володіє кількома іноземними мовами, енергійний, зі здібностями дипломата, добре вміє вести переговори і переконувати, може розраховувати в ACCOR на такі посади: менеджер з продажів, регіональний менеджер з продажів або керівник з міжнародних продажів.

Успіх підрозділів ACCOR забезпечується ефективним управлінням, що впроваджується в Групі протягом багатьох років. Внутрішні та зовнішні аудитори, менеджери проектів, контролери, головні бухгалтери і фінансові ревізори плідно працюють для підтримки фінансового здоров'я кожного підрозділу організації.

Службовці, які одержали університетський ступінь у сфері управління, фінансів і бухгалтерського обліку, які володіють технічними навичками і мають здібності до аналізу, ретельно вивчають рахунки компанії, виважують управлінські рішення, складають прогноз операцій компанії, несуть відповідальність за бухгалтерські та фінансові питання, консультують керівників з проблем адміністрування, оцінюють досягнення дочірніх підприємств і пропонують шляхи поліпшення їхньої роботи.

Розвиток підприємництва – це пріоритетна стратегія Групи, яка реалізується в посадах менеджерів з розвитку бізнесу, менеджера проекту, директора з розвитку бізнесу в країнах, що розвиваються. Наявність службових перспектив пов'язаних з розширенням Групи ACCOR, стимулюють персонал до розвитку своїх здібностей: проводити експертну оцінку в секторах – правовому, фінансовому і нерухомості, удосконалювати майстерність з проведення переговорів. У розпорядженні компанії – власний університет, що є повноправним підрозділом, має свою територію і забезпечує всім необхідним сучасні ефективні програми професійної підготовки.

Це перший в Європі корпоративний університет, пов'язаний з індустрією туризму. З моменту відкриття в 1985 році цей освітній заклад підготував понад 130 000 фахівців.

Щороку тут набувають вищу професійну освіту 10000 осіб, а за три роки 8000 студентів одержали освіту в рамках проекту «АССОК 2000 – Досягнемо успіху разом».

Тут пропонують широкий вибір програм професійної підготовки власним корпоративним організаціям, які потребують підготовки фахівців у найрізноманітніших сферах гостинності й туризму. Програми розробляються з урахуванням бажань і вимог замовника.

Професійна підготовка здійснюється і під час літніх курсів або протягом року на території замовника. Такі курси організовано у 35 країнах світу.

У 2010 році у 18 разів було збільшено серію літніх курсів для керівників вищої ланки: 17 нових модулів, адаптованих до сучасного стану ринку:

- «Як впоратись зі змінами»;
- «Керівництво командою»;
- «Нова концепція ресторану»;
- «Фінансові інструменти для високого прибутку»;
- «Стратегії меню».

Унікальність програм полягає в їх «подвійному ступені». Слухачі курсів одержують диплом та ступінь бакалавра менеджменту міжнародної гостинності (визнаного Асоціацією шкіл і коледжів Франції), що дає можливість продовжувати вищу освіту в будь-якому університеті світу. Французька методика готельного менеджменту реалізується також **Школою готельного менеджменту** (ІНТТІ), яка розташована в університетському місті **Невшатель**. Ця школа – член французьких, швейцарських та міжнародних готельних і туристських асоціацій.



Після закінчення трьох років навчання її студенти одержують ступінь бакалавра мистецтв в сфері міжнародного управління гостинністю і туризмом і диплом про вищу освіту за спеціальністю «Управління готелями». Випускники можуть навчатися ще один (післядипломний) рік, після завершення якого одержують диплом за фахом «Функціонування готелів». Щоб одержати ступінь бакалавра, студенти мають успішно виконати дипломну програму Школи Невшатель.

Слід зауважити, що ступінь Невшатель є офіційним університетським ступенем і визнається у всіх країнах-членах Європейського Союзу, а також в інших країнах.

Студенти, які мають дипломи інших шкіл, що дають освіту з менеджменту готелів і визнані Школою менеджменту, можуть вступати одразу на третій курс.

Курс навчання на базі Школи Невшатель складається з 4 модулів, кожен тривалістю 23 тижні, і двох періодів (по 23 тижні) обов'язкового професійного стажування в готелі або ресторані. Зазначимо, що кожен з цих модулів може бути освоєний індивідуально.

Перший рік навчання займає Модуль СМ1 – управління організацією громадського харчування, який охоплює обов'язкову 23-тижневу виробничу практику. Після закінчення курсу навчання видається сертифікат.

Другий модуль FH1 опановується протягом другого року навчання і присвячений управлінню контактними службами і службою покоївок, передбачає 23 тижні практики.

Третій модуль – бізнес-адміністрування 1 охоплює першу половину третього року навчання. Друга половина – четвертий модуль бізнес-адміністрування 2.

За умови успішного закінчення двох із половиною років навчання студенти одержують диплом, що дає право на роботу в сфері управління готелями.

Дипломний курс складається з тих самих 3 перших модулів, що і курс, закінчуючи який можна одержати ступінь СМ1, PH і IBA1.

Однорічний курс призначений для тих, хто вже має університетський ступінь в іншій галузі і має бажання працювати в готельній індустрії. Цей курс не тільки теоретичний, а й значною мірою орієнтований на практичну роботу. Він охоплює один модуль навчання протягом 23 тижнів на базі школи, після якого студенти проходять виробничу практику тривалістю 23 тижні. Це дає змогу забезпечити міцну базу випускникам для роботи управлінцями нижньої ланки. Він охоплює практичне ознайомлення з чотирма основними підрозділами готелю (приготування їжі, продажі та послуги відділу страв і напоїв, функції служби покоївок і пралень, діяльність контактних служб) і управління цими підрозділами.

До нього входять заняття з застосування комп'ютерів, вступ до загального менеджменту і вивчення французької і німецької мов. Ті, хто добре закінчили курс навчання, одержують диплом (Post-Graduate Diploma in Hotel Operations).

Трирічний курс освіти в сфері менеджменту готелів, після якого присвоюється ступінь бакалавра, має свої особливості. Старанне навчання – ще не є гарантією успіху.

Важливо поєднувати навчання і практику: майбутні менеджери працюють на кухні, у сервісних службах готелю, прибирають кімнати. У майбутньому вони чітко знатимуть, як функціонують підпорядковані їм структури, як необхідно поводитися зі співробітниками і персоналом. Майбутні менеджери готові до того, що за зовнішнім блиском і розкішшю готельної індустрії стоїть важка праця. У школі ІНТТІ існує «концепція обов'язків і чергувань», що застосовується у багатьох інших готельних школах. Кожен студент протягом тижневого чергування виконує обов'язки шкільного кухаря, офіціанта, покоївки, секретаря чи адміністратора – усе залежить від того, на якому курсі студент і що він вивчає.

Навчання в школі дуже інтенсивне. Студентів готують до того, що в готельній і туристській сфері потрібно вміти працювати у напруженому режимі. Щотижня в навчальній програмі близько 40 годин теоретичних і практичних занять: від приготування їжі та сервірування столу до новітніх інформаційних технологій готельної індустрії. Студенти мають знати все про роботу готелю і навчитися застосовувати ці знання.

Інститут туристичного та готельного бізнесу Ватель, що є одним з чотирьох вищих навчальних закладів готельного господарства Міжнародної школи комерції та управління у сфері туристичного та готельного бізнесу Ватель у містах: Парижі, Ліоні, Німі та Бордо.

Філософія Інституту Ватель: всі теоретичні знання мають одразу перевірятися практикою. Інститут Ватель налагодив ділові контакти як з національними, так і з міжнародними групами готелів, а також з індивідуальними власниками готелів та ресторанів, які, в свою чергу, є справжніми партнерами в навчальному процесі, оскільки надають місця для проходження практики і виховують сучасних менеджерів.



Інститут Ватель готує менеджерів готельного господарства і туризму з таких спеціальностей: менеджмент харчових продуктів та напоїв, менеджмент номерного фонду в готелі, людських ресурсів, курортів, клубів, круїзів, авіалінії, продаж, маркетинговий, фінансовий менеджмент. Наведемо як зразок одну з програм навчання в цьому інституті на ступінь бакалавра готельного менеджменту – 3 роки (4 семестри теорії та 2 семестри практики, кожен семестр – 5 місяців).

Інститут Ватель – краща в Європі Школа Управління готельним і туристичним бізнесом, удостоєна в 2003 році Всесвітньої Нагороди Гостинності в категорії «Краща навчальна програма». За результатами опитування, проведеного у вересні 2007 року серед керівників 152 готелів популярність Інституту Ватель перевершила рейтинг кращих швейцарських шкіл. Інститут Ватель член багатьох міжнародних організацій: EURHODIP, FQF, EURHOFA, IHRA, CHRIE, ADIRH. Приватна міжнародна школа з менеджменту готельного господарства та туризму Ватель готує спеціалістів BTS готельного господарства та ресторанного бізнесу: доступ: бакалаврат чи рівня бакалаврату (будь-яка серія).

Тривалість занять: 3 роки. Стажування: 1-й рік: 4 місяця; 2-й рік: 4 місяця.

Мета навчання: розвинути у студентів здібності до виробництва товарів та послуг.

Оволодіти професійною культурою та необхідними інструментами управління для того щоб стати Вищим Техніком у готельного господарстві та ресторанному бізнесі. Навчальний план BTS – 1-й рік.

Управління: вивчити та засвоїти найважливіше в управлінні підприємством.

Економіка: вивчити та навчитися використовувати визначальні економічні фактори у професійній діяльності.

Право: засвоїти застосування права для готельного підприємства.

Англійська: навчитися розмовляти англійською та засвоїти професійну лексику.

Іспанська та німецька: навчитися розмовляти іспанською та німецькою та засвоїти професійну лексику.

Підприємство та умови праці на ньому: раз на тиждень у другій половині дня студенти знайомляться з готельним підприємством та умовами праці на ньому.

Інформатика: навчитися користуватися комп'ютерним засобами на підприємстві та вміти працювати з різними текстовими редакторами.

Культура туризму: привернути увагу до головних течій у світі туризму.

Харчування: виходячи з практики вивчити як складається меню, зрозуміти важливість мікробіології.

Мовне вираження: метою курсу є підготувати студентів для усної комунікації та захисту дипломної роботи.

Енологія: вивчити виробництво вин, торкнутися питань дегустації та смакових якостей, набути знань з видів французьких вин.

Технологія кухні, ресторану, готелю: набути усіх теоретичних знань для їхнього практичного застосування на стажуванні та досягнення найкращих результатів.

Практичне застосування: перенесення студентів у реальну ситуацію у ресторані, на кухні та у приймальному відділі готелю. Стажування – 4 місяця 2-й та 3-й роки.

Управління бухгалтерією: зрозуміти бюджети поточних витрат, прийняти участь у застосуванні інформаційних систем бухобліку та фінансування готельних підприємств.

Загальна економіка: вивчення принципів ринкової економіки. Ознайомлення з туристичними та готельними ринками.

Право: юридичні структури підприємства. Соціальне право.

Англійська: поглибити знання поліпшуючи як усне та к і письмове спілкування.

Іспанська та англійська: поглибити знання поліпшуючи як усне та к і письмове спілкування.

Економіка підприємства та управління персоналом: розробити політику діяльності, управляти власними бюджетом, інформувати, спілкуватися та формувати персонал.

Мовне вираження: оволодіти резюмуванням тексту та письмовим коментуванням.

Маркетинг: вивчати, досліджувати, аналізувати складові ринку. Приймати участь у розробці комерційної стратегії.

Створення та утримування: визначити методи, інструменти та діячі створення готельного чи ресторанного підприємства. Познакомитися з різними формами утримування ресторанно-готельних закладів.

Кулінарна справа: знання головних етапів розвитку французької кулінарії. Розвиток смаків, традицій та звичаїв. Знання професійних обмежень, термінів, ґатунків, витрат.

Знання напоїв і ресторанному бізнесі: розробка процедур та документів необхідних для функціонування ресторану та системи обслуговування.

Гостинність та професійне спілкування: організувати, виконати та проконтролювати завдання та діяльність різних служб. Організувати та проконтролювати обслуговування на поверхах.

Практичне застосування: приготування під наглядом викладачів блюд на кухні та перенесення у робочу ситуацію у ресторані. Обов'язкові практика і стажування в кращих готельних, ресторанных та туристичних комплексах Франції, Росії та інших країн Європи (Ritz Carlton, Marriott, Novotel, Swissôtel, Ararat Park Hyatt, Holiday Inn).

Престижні дипломи, що дозволяють випускникам працювати в будь-якій країні світу. Під час навчання бажаючі можуть протягом семестру навчатися в одному з 20 Інститутів Ватель в різних країнах світу в рамках програми Марко Поло.

Після отримання диплома бакалавра випускники можуть продовжити навчання в Лос-Анджелесі за програмою MBA. Інститут Ватель відомий у всьому світі своєю високою якістю навчання і інтернаціональним складом студентів. Під час навчання та стажування студенти зможуть зустрітися з студентами з різних країн, познайомитися з культурними традиціями народів світу та вдосконалювати свою англійську та французьку мови. Це дозволить їм в майбутньому працювати в будь-якому куточку Земної кулі.

Випускники Ватель працюють в сферах гостинності, туризму і сервісу: міжнародні готельні ланцюги; приватний готельний бізнес; гастрономічні ресторани, ресторани традиційної кухні, ресторани швидкого харчування; парки та центри розваг і відпочинку; конгрес-центри; наземний, повітряний і морський транспорт; в різних відділах і департаментах підприємств: маркетинг, продажі, управління, управління персоналом, реклама та засоби масової інформації.

Незважаючи на свою молодість, Інститут Ватель має репутацію одного з кращих навчальних закладів у галузі і складається з декількох відділень у різних країнах: три у Франції (Париж, Ліон, Ним), один в Малайзії (Куала-Лумпур) і один в Канаді (Канмор).

Найбільший навчальний центр в Європі знаходиться в Німеччині. Унікальний навчальний комплекс, що включає в себе діючий 4-х зірковий готель, який використовується в якості тренувальної бази, три ресторани і три оснащені сучасним обладнанням кухні.

Інститут Ватель готує фахівців-менеджерів в різних напрямках туризму і гостинності: менеджер з продовольства і напоїв, менеджер служби розміщення, менеджер з продажу та маркетингу, фінансовий менеджмент, курортний менеджмент, клубний менеджмент, менеджер по круїзах, менеджер по авіапослуг.

Випускники працюють сьогодні в кращих готелях світу. Умовою для зарахування є закінчена середня освіта та знання англійської мови, підтверджене сертифікатом TOEFL з балом не нижче 500. Тривалість навчання – 3 роки.

Другий і четвертий семестри навчання – оплачувана практика, третій курс – повністю навчальний. Після закінчення присвоюється ступінь бакалавра в готельному і туристичному менеджменті. Після закінчення першого року навчання студенти одержують сертифікати з менеджменту харчових продуктів та напоїв, після другого – міжнародний диплом з готельного менеджменту та після третього – ступінь бакалавра з готельного менеджменту.

За підсумками вивчення студенти мають захистити дипломну роботу. На ступінь магістра з менеджменту готельного господарства и туризму – 2,5 роки (2 семестри теорії та 1 семестр – стажування). Як видно із наведеного зразка, програма навчання в Інституті Ватель насичена і різноманітна. Це дає змогу готувати фахівців, які можуть працювати на всіх ділянках готельної справи. Майбутні магістри за підсумками навчання також мають захистити дипломну роботу.

Міжнародна академія менеджменту гостинності і туризму – навчальний заклад, в якому навчаються студенти з усього світу.

Викладання здійснюється двома мовами – французькою та англійською.

Це перший навчальний заклад туризму та готельного господарства в Європі, що відкрив навчання за американськими програмами для здобуття ступенів бакалавр та магістр, що сертифіковані Інститутом американської асоціації готелів і мотелів. Навчання проводиться 3 роки. Під час навчання студенти проходять практику та стажування в найкращих всесвітньо відомих готелях: Хілтон, Холідей Інн, Хайат, Новотель, Марріот та багато інших.

Після закінчення випускники можуть працювати в готелях, на підприємствах громадського харчування, в центрах туризму, в авіа- та морських круїзних компаніях, в будинках відпочинку, спортивних центрах (гольф-клубах та центрах таласотерапії), консультаційних агенціях, в освітніх та дослідних закладах на посадах:

- помічник керівника, директор;
- генеральний менеджер;
- адміністративний директор;
- помічник директора;
- помічник головного бухгалтера;
- бухгалтер/аудитор;
- менеджер комп'ютерних систем;
- менеджер кредитних ліній;
- начальник відділу кадрів;
- помічник начальника відділу кадрів;
- менеджер з професійної підготовки;
- менеджер харчових продуктів та напоїв;
- помічник менеджера;
- менеджер банків;
- менеджер обслуговування в номерах;
- менеджер номерного фонду;
- менеджер служби портьє;
- менеджер з бронювання номерів;
- директор з маркетингу та продажу;
- директор із зв'язків з громадськістю;
- менеджер з організації конференцій в готелі.

Паризька Школа готельного господарства і туризму – це перша школа туризму, що була створена у Франції ще в 1936 році. Цей навчальний заклад приймає студентів більш як з 70 країн світу. Більшість дипломів школи визнають в інших країнах Європейської спільноти. Завдяки наявності підприємств-партнерів її студенти мають можливість проходити стажування та набувати професійного досвіду.

У навчальних закладах, що готують спеціалістів для сфери туризму все більшого поширення набуває інформатизація, відкритість освіти, її відповідність сьогоденним потребам виробництва та вимогам до якості обслуговування. Класних спеціалістів для галузі допоможе успішно готувати добре зорганізована профорієнтаційна робота серед молоді, яка планує вступати до навчальних закладів туризму, а також практика і стажування студентів під час навчання на виробництві в реальних умовах реального підприємства.

Школа кулінарного мистецтва та готельного господарства в Ліоні (одна з найперших у світі) пропонує вищу освіту та продовження освіти яка передає знання та вміння з багатьох дисциплін та культуру управління. За кілька днів чи кілька літ відкриють професію чи піднімуть на найвищий професійний щабель.

Матеріал курсів відповідає вимогам управління відділом чи підприємством готельного господарства чи ресторану. Ця Школа кулінарного мистецтва та готельного господарства в Ліоні являється унікальним місцем призначеним для передавання мистецтва харчування, кулінарії та вміння приймати «по-французьки».

Ціль навчання: підготовка професіоналів, коріння яких живляться у французькій традиції любові до справи, поваги до результату, знання фахових технік та рухів, вміння приймати, бажання зробити приємне поєднані з інноваціями, якими є найсучасніші технології та методи управління. Школа кулінарного мистецтва та готельного господарства в Ліоні намагається розповсюдити у всьому світі те, що складає славу французької кухні та готельного менеджменту.

Відкрита до міжнародних реалій професії, Школа кулінарного мистецтва та готельного господарства в Ліоні користується мережею партнерів, які слугують як вектори напрямку розвитку. Це є великі імена у кухні та залі, спеціалістів мистецтва столу.

З повагою до традиції, Школа кулінарного мистецтва та готельного господарства в Ліоні відкриває двері для вивчення професії чи вдосконалення фахівців з ресторанного бізнесу та готельного господарства, являясь міжнародним полісом притягнення та випромінювання для студентів та професіоналів фахів ресторанного бізнесу та готельного господарства.

«Ми є унікальною школою, ключем до зводу зв'язків витканих з чоловіків та жінок які кожного дня захищають те, що ми набули: традицію, спадщину, професіоналізм» – Ерве Флері, Генеральний директор. В цьому виші розраблена нова навчальна програма, яка дозволяє протягом 3 років набути професійні вміння та знання менеджменту специфічного для світу готелів та ресторанів. Ця програма покликана відкрити студентам усього світу міжнародну освіту високого рівня яка поєднує особистий розвиток, оволодіння методами управління та професійними вміннями у світі готелів та ресторанів.

За цією програмою готують майбутніх керівників готелів та ресторанів. Вона була створена у співробітництві з професіоналами з метою підготувати кваліфікований персонал для даного сектора економіки, що постійно зростає.

Готельно-ресторанна індустрія є одним з секторів ділової активності, що має найбільш динамічний розвиток у всесвітньому масштабі. Професіоналізм, знання традицій та нових технологій являють собою комплекс цінностей, що передбачає професія і які мають пристосовуватися та брати участь у розвитку цього ринку.

Програма управління готелем та рестораном спирається на цю динаміку, пропонуючи 3-річну освіту, що дозволяє отримати подвійний диплом один з яких є університетський лісанс у партнерстві з **Університетом Ліон III**. Три головних педагогічних завдання: професіоналізація (становлення професіоналів): підготовка к професіональній діяльності для перспективної кар'єри у Франції та за кордоном.

Середовище застосування професійних навчань і знань: незалежний готель, готель-ланка з ланцюга, готель для відпочинку та бізнесу, центри відпочинку та парк атракціонів, готельні резиденції, круїзні тури. Випускники можуть працевлаштуватися в

оперативних відділах:

- директор з прийому та розміщення;
- головний завідувач;
- финансовый менеджер і т. і.;

функціональних відділах:

- менеджер з продажу;
- помічник директора з персоналу;
- фінансист-контролер і т. і.;

усіх секторах ресторану «Food and Beverage manager»:

- директор підрозділу;
- менеджер з закупівлі;
- відповідаючий за банкети та семінари і т. і.;

технічному відділу.

техніко-комерційний консультант з професійного устаткування.

Заняття знаходяться у постійному прямому контакті з життям підприємства.

Професійна практика (кухня, кондитерська, хлібопекарня, обслуговування в залі) для вивчення та розвитку базових вмінь майбутньої професії завдяки повністю придатній для цього педагогічній інфраструктурі. Керівницька практика (відділ з закупівлі, управління) для вивчення методів активізації та складання персоналу, проектування, реалізації та управління індивідуальним чи колективним проектом.

У вишах часто організуються педагогічні конференції та відвідування які сприяють обмінам з професіоналами. Ретельно підібране стажування у Франції та закордоном.

Професійний проект для самовизначення допомагає у визначенні цілей в залежності від здібностей та сподівань. Зобов'язання усього педагогічного колективу, який бачить свою місію вищою за передачу знань, що викладаються на відповідних дисциплінах.

Враховуючи унікальність кожного студента педагогічний колектив вважає своїм долгом **індивідуалізувати освіту.**

Це є однією з сильних сторін **педагогіки вищої школи** Франції яка відмічає таким чином свою відмінність у підготовки розвинутих професіоналів, спроможних та бажаючих збудувати своє майбутнє в та для готельної та ресторанної справи. Вибір стажування та численні зустрічі з професіоналами у великій мірі завдячують цьому розвитку, але одного цього недостатньо для відкриття необхідного розсуду.

Студент у рівній мірі набирає особистої сили та здібностей протягом спеціальних курсів, таких як театральне спілкування, дискусія – дебати з актуальних тем, семінари з розвитку особистості.



Під президентством Gérard Pélisson, співзасновника Групи ACCOR та почесного президента Paul Vause, програма «*Менеджмент готельно-ресторанного господарства*» була задумана за підтримкою професіоналів всього світу які цінують відповідність навчальних програм потребам професії.

Постійні викладачі Школи кулінарного мистецтва та готельного господарства запрошені вже відомими та знаними у своїй сфері професіонали: міжнародні консультанти з менеджменту, керівники готелів з великих міжнародних ланцюгів готелів, викладачі різних служб з робочим досвідом, кращі працівники Франції, Чемпіон світу з кондитерського мистецтва 1999 року, Президент учасників «*Тур де Франс*» у кулінарії. Численні запрошені лектори, що мають оригінальну спеціалізацію (архітектор готелів та ресторанів, програміст у готельному господарстві, консультант з маркетингу) регулярно залучаються для участі у конференціях школи.

- Студенти з перших місяців навчання працюють з керівниками стажування та викладачами менеджменту над особистим професійним проектом. Кожен студент визначає у співробітництві з ними своє перше стажування у відповідності зі своїми знаннями та вміннями. Кожне стажування, як у Франції та і за кордоном, відбирається та затверджується Школою та забезпечується постійною увагою з боку керівників стажування на підприємстві.

- Перше стажування дозволяє студенту застосувати на практиці свої теоретичні знання та зрозуміти функціонування та організацію підприємства.

Друге стажування застосовує на практиці знання з методів керування персоналом та/чи знання з методів оперативного керування Готелем-Рестораном.

Третього року стажування вважається як «перед-робота». Воно узгоджується з професійним проектом студента. Його тривалість може варіюватися якщо стажування вписується у рамки «менеджмент-тренінг» запропонований приймаючим підприємством.

З метою покращити якість освіти та підтримати сприятливий зв'язок, численність студентів у навчальних групах обмежується 20 чол. Таким чином викладачі мають можливість дуже індивідуально слідкувати за просуванням, сприяти розвиткові здібностей, спрямовуючи у виборі кар'єри пропонуючи перехід на заняття іншого рівня у разі потреби.

У доповнення до друкованих матеріалів, відео касет, електронних носіїв школа має інформаційний та дослідницький центр з доступом через Інтернет до найбагатших в світі віртуальних бібліотек. Вибір Школи кулінарного мистецтва та готельного господарства – це прийняття також вимогливих та суворих занять.

Успіх полягає через добре самопочуття та необхідну рівновагу. Тому відділ «Життя студентів» грає визначаючу роль у цьому завданні та пропонує різні види діяльності для відпочинку – культурні та спортивні які є складовою частиною курсу підготовки.

Бюро Студентів пропонує від себе додаткові види діяльності та керує службою «позанавчальним працевлаштуванням». Це дозволяє легально працювати у поза навчальні години. Загальний педагогічний процес у школі визначає прогрес, який можна побачити та перевірити у будь-який момент. Вивчення, оволодіння та розвиток професійних умінь та методів керівництва є ключовими словами у цьому процесі.

Оволодіння професією триває усе життя. Педагогічні принципи школи базуються на послідовності та регулярній зміні професійної практики та теорії, як у школі так і на підприємстві.

Кожного року студенти користуються 6-ма місяцями навчання та 5-ма місяцями стажування на підприємстві у Франції та за кордоном. Навчання розділяється на модулі, що дозволяє кожному студенту чудово керувати особистим прогресом з певною регулярністю та постійністю з різних дисциплін, що викладаються.

Модулі з професійних та керівницьких технологій. З метою постійного покращення освіти найвищого рівня до змісту та послідовності програми можуть бути внесені зміни.

Просування у вивченні, розвитку та оволодінні менеджментом персоналу, продукції та послуг.

1-й курс: студенти під наглядом шеф-кухарів та викладачів, а також студентів другого та третього курсів вивчають спеціальності помічників на кухні та в кондитерській.

2-й курс: студенти працюють під керівництвом шеф-кухарів та викладачів, а також та третього курсів. Вони повинні також у свою чергу активізувати та керувати групою студентів першого курсу. Вони розвивають їхні знання та вміння як з контролювання так і з керування як помічника голови служби обслуговування у ресторані та готелі. З самого початку другого курсу, студенти можуть вибрати додаткові модулі з кондитерської справи, кулінарної справи та управлінні закупками.

3-й курс: студенти опановують професійні вміння та мають знову прийняти рішення.

Головна частина: дипломна робота по закінченню навчання.

- Молоде підприємство: проект створення, отримання у власність та реструктуризація готельного чи ресторанного підприємства.

Стажування як попереднє працевлаштування, яке вписується у професійний проект та полегшує вступ у ділове життя. Знання оцінюються на трьох рівнях:

- Самими студентами у рамках самооцінювання.
- Викладачами під час систематичних перевірок та попередніх екзаменів.
- Професіоналами з Комітету керівників готелів та ресторанів, викладачами IAE, Інститутом керівних кадрів підприємств, (на 3-му курсі), оцінками під час практики та в якості членів екзаменаційної комісії.

- Систематичні контрольні роботи, попередні та часткові екзамени організовані протягом семестру. Перехід на старший курс обумовлений отриманням необхідної середньої складової оцінки як за професійні вміння так і за знання з менеджменту.

Стажування проходить протягом приблизно 5 місяців, у Франції та за кордоном.

Це стажування є предметом постійної співпраці між студентом, приймаючим підприємством та нашим відділом «стажування-працевлаштування».

Жорстка селекція проходить на двох рівнях: в залежності від професійного проекту враховуючи, що досвід роботи на підприємстві дозволить не тільки розвинути набуті знання та вміння а і збагатити та здорожує резюме. Стажування на першому та другому курсах складають предмет звіту, що представляють екзаменаційній комісії з професіоналів.

Стажування на третьому курсі, чи попереднє працевлаштування, вписується у процес інтеграції у ділове життя. Менеджмент-тренінг на 18 місяці пропонуються регулярно ланцюгами готелів ACCOR, HILTON та RITZ-CARLTON також за кордоном.

На першому курсі та для того щоб підтвердити набуті базові вміння, студенти записуються у вільні кандидати до BEP *Hôtellerie-Restaurations*.

Цикл занять має затвердження на отримання двох дипломів:

- *Diplôme de Management de l'Hôtellerie Restauration (MHR)*, що дається Школою кулінарного мистецтва та готельного господарства та професіоналами.

- Лісанс IUP з комерції та торгівлі, відмітка Управління готельним господарством, що дається Ліонським Університетом III (IAE, Інститут Керівних кадрів Підприємств).

Починаючи з 1996 року, **Університет Анже** і **Університет Марн-ла-Вале** розроблюють на рівних правах диплом про технологічні дослідження проектного менеджменту у сфері послуг.

Після проходження курсу навчання за спеціалізацією «Проектний менеджмент у сфері послуг» видається Диплом про дослідження 3-го курсу рівня Бак +6. Заняття проходять у два роки и включають 300 годин наукової та методологічної підготовки та практику протягом 18-ти місяців на підприємстві, яка проводить технологічне дослідження чи дослідження-розвиток, що веде до написання чи захисту професійної дисертації.

Підприємства сфери послуг пропонують численні кадрові посади з конкретною відповідальністю як у керівних відділах так і у виконавчих. Агенції з вивчення та консалтингу, місцеві окружні комітети шукають керівників проектів, яки отримали ґрунтовну теоретичну підготовку та ще й з виконавчим досвідом набутим на місці чи на підприємстві.

DRT дозволяє студентам власникам диплома магістра чи диплома вищої інженерної школи переступити до обов'язків менеджера на підприємстві сфери послуг чи у організаціях, що мають сильну орієнтацію на діяльність у сфері послуг, а самі агенції з вивчення для вивчення та розробки рекомендацій та допомоги підрядникам.



Що стосується працевлаштування, то пропонуються дуже різноманітні сектори застосування орієнтовані на клієнта; професії, що розвиваються та відносяться до інновацій; кар'єра у Франції та за кордоном.

Головні сфери діяльності: сфера туризму та культури; консалтинг та аудит; дослідницькі бюро; готелі-ресторани-туризм; культура та культурна спадщина; транспорт та подорожі; нерухомість логістика та дистрибуція; догляд за нерухомістю; спорт та відпочинок; послуги менеджера. Ці університети являються центром численних національних та міжнародних мереж з педагогічної, наукової та професійної діяльності.

Вони підтримують міжнародні святи з багатьма вузами світу:

- Університет у Квебеку в Монреалі; НЕС Лозанни;
- Університет Хьюстона (USA);
- Політехнічний Університет Гонконга;
- Університет Голд Коуст Грифит (Австралія);
- Французька Асоціація Сфери Туризму (AFIT);
- Національній Оглядач Туризму;
- Асоціація Досліджень Туристичних Подорожей (TTRA);
- Асоціація Франкомовних Країн з Проектного Менеджменту (AFITEP);
- Французька Асоціація Інженерів та Відповідаючих за Догляд (AFIM);
- Торгові Управляючі Франції;
- Національна Рада Туризму.

Кожен студент має здійснити прикладну дослідницьку роботу протягом 18 місяців на підприємстві. Професійний характер дослідження передбачає відповідність теми до наявних виконавчих обов'язків на підприємстві.

Дисертацією керує науковець-викладач та професійний фахівець, що займається одним з головних напрямів вивчення чи дослідження у лабораторії чи у відповідному відділі підприємства. Така концепція дозволяє як велику різноманітність тем за порушеними питаннями так і застосування методів.

Практика на підприємстві – це не стажування. Вона є базою для дослідження, що ґрунтується на єдиній з методологією праці конструкції, що спирається на найбільш доречні концепції, відноситься до рішення будь-якої проблеми на підприємстві, використовує могутні та надійні інструменти, запроваджує нововведення у виконанні та пропозиціях.

Студенти користуються забезпеченими відкритими лабораторіями соціальних наук та наук з керування університетів Анже та Марн-ля-Вале, а також їхніми докторськими школами.

Професійна дисертація та 18-ти місячна практика на підприємстві складають унікальну нагоду для демонстрації своїх здібностей працювати у галузі менеджменту у сфері послуг. А у більшості випадків стає подальшим та остаточним місцем праці.

DRT, державний спеціалізований диплом 3-го року особливо радиться посадовцям з підприємств, що прагнуть займати відповідаючі посади та бажають швидше просуватися у кар'єрі. Стажері, що були прийняті на подальше освіту користуються підтвердженням вже набутих досягнень, програмою з роздільним часом, влаштуванням розкладу та терміном занять на замовлення. Починаючи з 1986 року, тільки Університет Анже акредитований надавати ступень магістра у сфері туризму у Франції.

Магістратура у сфері туризму розвиває у майбутніх фахівців:

- Теоретичні знання відповідні до необхідного набору знань у туризмі.
- Практичні знання в області методології, технології та організації для застосування їх у робочих ситуаціях.
- Комунікативні, соціальні та культурні знання для пристосування та просування на підприємстві.
- Стратегічні знання, які дозволяють приймати участь та вирішувати проблеми у контексті даного підприємства.

Заняття тривають 3 роки після складання першого університетського циклу, короткої 2-річної технологічної чи професійної освіти.

Магістратура у сфері туризму передбачає щорічне тривале стажування на підприємстві (12 місяців за 3 роки) та вступ до дослідження та пропонує два напрями відповідно до професійного проекту студента та розподіляється на дві великі області професій.

- Управління готельним та ресторанным бізнесом.
- Управління діловим туризмом, конгресами та подіями.

Участь професіоналів та іноземних викладачів високого рівня у навчальному процесі, а також значна роль стажування надають Магістратурі підкреслену професійну орієнтацію та готує спеціалістів при звичаєних до найостанніших технологій та спроможних швидко інтегруватися на підприємствах. Розвиток програм відбувається в залежності від специфічних вимог професійної діяльності. Головні сфери діяльності:

- ланцюги готелів;
- туристичні заклади;
- ресторани, банкети, доставка до дому;

- парки відпочинку;
- транспортні компанії;
- системи інформації та резервації;
- страхування-підтримка;
- ярмарки, салони, виставки, конгреси; агенції з організації події, засідання, семінари, презентації, конгреси;
- консультативні агенції, дослідницькі бюро;
- постачальники у секторі (послуги, сільськогосподарські та харчові матеріали та продукти);
- туристичні організації; освіта.

Ця сфера діяльності передбачає:

- дуже різноманітні сектори застосування;
- професії, що розвиваються у ключових сферах (послуги, відпочинок харчування на винос, ринок професійних зборів);
- кар'єру у Франції та за кордоном;
- можливості для власників Бак +2 просуватися до керівних посад.

Магістратура у сфері туризму є партнером найбільших факультетів туризму та готельному господарству у всьому світі. Мережі налагоджені таким чином, щоб сприяти міжнародному пересуванню студентів, а саме за програмою Еразм-Сократ и Темпус.

Вона приймає активну участь у французьких асоціаціях і органах за ESTHUA, членом якої вона є; у найбільш представницьких наукових та професійних міжнародних організаціях:

- Університет Лодзь (Польща);
- Ломоносова у Москві (Росія);
- Університет Віфлєс (Палестина);
- Сен-Жозеф (Бейрут);
- Нотр-Дам Центр (Єрусалим);
- Арабський науковий Університет Туніса;
- Готельна Школа Маврикій (острів Маврикій);
- Факультет готельного та туристичного менеджменту Політехнічного Університету Гонконга;
- Інститут туризму Бейджин (Китай) та Китайський Молодіжний центр для міжнародних професійних обмінів;
- Факультет готельного менеджменту – Університет центральної Флориди – Орлеан (США);
- Університет Голд Коуст Грифит (Австралія);
- Університет Квебек у Монреалі;
- НЕС Лозанна;
- Університет Хьюстон (USA);
- Французька Асоціація Сфери Туризму (АФПТ);
- Мезон де ля Франс та Національний Оглядач Туризму Еспри де Франс – Скоп клуб Франція;
- Світова Організація туризму – Europa;
- Європейська асоціація вищих шкіл з готельного господарства та туризму;
- Світова асоціація Наукових Експертів туризму;
- Асоціація досліджень туристичних подорожей;
- Національна Рада по Туризму.

Базові принципи построения навчальних занять:

- вибірковий прийом студентів;
- професійно спрямоване викладання, модульне та семестрове;
- багатопредметний колектив університетських викладачів, консультантів та керівників підприємств;
- практика двох іноземних мов та систематичне участь студентів у TOEIC;
- освіта яка має дослідницьку структуру під маркою CNRS, що розвиває вивчення – консалтинг, фундаментальні та прикладні дослідження;
- реалізація студентами інноваційного проекту;
- регулярна та систематичне оцінювання;
- рада з удосконалення; вагома присутність іноземних студентів у випусках та багато викладачів, що викладають англійською, як джерело культурного обміну;
- активна педагогіка спрямована на очікування підприємств;
- досвід подовженої освіти та оцінювання набутих професійних знань;
- чергування Університет-Підприємство протягом 3 років навчання;
- можливість отримати *licence* (3-й рік) чи , *maîtrise* (4-й рік) записавшись до IUP;
- швидка та ефективна інтеграція до професійного середовища: більш ніж 60% студентів мають місце роботи к кінцю останньої практики.

Жером Лекусте (випуск 99/00) «Відповідальний наглядач за резерваціями у відділі менеджменту – Готель Меркюр Лондон – сити Бенксайд»: «Диплом магістра у сфері туризму представив собою великий козир під час пошуків роботи та був єдиною серйозною відміткою у моєму резюме на університетському рівні яка мала міжнародний характер.

Ці три роки були також і особливо для мене, можливістю створити свою власну мережу зв'язків. Я користуюсь цім посланням щоб виказати моє велике задоволення до умов освіти та для того щоб Вам за це подякувати».



Таблиця 2.4.

Спеціалізація «Міжнародний туризм і готельне господарство»

Модуль 1	5 кредитів	оцінка 20
Модуль 2	5 кредитів	оцінка 20
Модуль 3	5 кредитів	оцінка 20

Одним з найстаріших університетів Франції є *Університет в Перпеньяне*.

Він здійснює підготовку в області управління культури і туризму та має два напрямки: культура і подорожі та міжнародний туризм і готельне господарство.

Навчальний план включає в себе наступні модулі: 15 кр.)

Будь-яке розміщення підприємства, яким би не був його рід діяльності, передбачає дії в чотирьох напрямках, в яких пропонується студентам діяти з метою створення готельної або туристичної структури в країні за їх вибором.

Рекомендується робота в команді, залучаючи по можливості студента іноземця, і 1-2 французьких студентів зацікавлених в проекті (Табл. 2.4.).

Для підготовки фахівців сфери туризму і готельної справи Університет Перпеньяна взяв за основу *професійну педагогіку, якісну освіту і міжнародне співробітництво*.

Освіта університетського типу (загальна освіта, вивчення культурного надбання) з'єднується з технічним курсом (управління, менеджмент, маркетинг, право) і спеціальною освітою (спілкування, іноземні мови, спеціальні предмети), які доповнюються навчанням в майстернях, тьюторськими проектами на підприємствах, конференціями, місіями з метою, щоб підготувати студентів до їх майбутнім відповідальним посадам.

Мета не обмежується загальною університетською освітою високого рівня, а має на увазі освоєння методів менеджменту в професіях туризму і готельної справи. Освіта розраховано на 4 роки і готує до отримання дипломів 3 видів: бакалавр – 2 роки, диплом про вищу спеціальну освіту – 1 рік, магістр – 2 роки. кваліфікація, яка присвоюється після завершення освіти – старший інженер в сфері туризму і готельного господарства.

Університет в Тулоні готує фахівців у сфері туризму з напрямку «менеджмент у сфері туризму», де студентів навчають розуміти і досліджувати потреби в існуючих і майбутніх туристських продуктах, комунікативному спілкуванню, створенню туристичного продукту, управлінню у сфері реалізації туристичного продукту.

В університеті готуються фахівці, які здатні аналізувати проблеми туристичного ринку, працювати і організовувати команду, приймати рішення.

Випускники університету можуть працювати в сфері готельної справи, у сфері організації конгресів і конференцій, у місцевих та регіональних органах влади в сфері туризму. загальна сума навчальних годин становить 400.

Цей напрямок передбачає такі спеціалізації: «туристичне пропозицію», «маркетинг у сфері туризму», «менеджмент у сфері туризму». В професійній освіті існує гнучка система зміни змісту курсу в залежності від запиту на фахівців або ринку.

За спеціалізацією «Туризм і простір» та «Туризм і підвищення вартості території» в **Університеті ім. Блеза Паскаля в Клермон-Ферран** готуються фахівці з кваліфікацією диплома з вищою спеціальною освітою». Термін навчання 1 рік. (500 годин).

На спеціалізації «Економічний розвиток туризму і повсякденність» основні аспекти вивчення: технічне і економічний стан сфери туризму, проблеми особистості і способу життя.

Мета: підготовка кадрів для цієї сфери, здатних вирішувати різноманітні управлінські та економічні завдання. професійний проект (технологічне дослідження), а також колективні проекти займають 50 годин у сітці навчальних занять.

Переважні стажування на підприємствах галузі (5 місяців, від кінця квітня до кінця вересня) – 500 годин. Завершенням навчання є індивідуальний проект – 50 годин.



В *Університеті ім. Сержи-Понтуаз* по спеціалізації «Управління в сфері міжнародного туризму» і «Готельна справа і туризм» готують фахівців з організації міжнародних поїздок, які вирішують завдання економічного управління підприємствами в даній сфері.

Вони знаходять застосування своїм силам в державних, громадських організаціях та приватних компаніях, де вирішуються завдання європейського, регіонального та місцевого розвитку сфери туризму. в даному навчальному закладі здійснюються обміни студентами з метою координації європейської освіти для демократизації та індустріалізації даної сфери.

Університет приймає студентів з Бельгії, Іспанії, Італії, Польщі, Нідерландів, Фінляндії, Румунії, Німеччини, Данії, Великобританії. Особливе місце в співпраці Франції з іншими європейськими країнами займає Іспанія.

Практично у всіх великих містах цієї країни стажуються студенти з Франції.

В результаті отриманої освіти студенти повинні мати:

поглиблене знання про географію європейського та міжнародного туризму і її специфічність; **хороші знання**

- бухобліку,
- статистики,
- інформатики,
- фінансового управління,
- маркетингу, реклами,
- управління людськими ресурсами,
- зв'язків з громадськістю,
- туристичного управління,
- організації дозвілля,
- туризмології,
- торгового права,
- права в сфері туризму загалом,
- міжнародного, торговельного права,
- громадського законодавства.

Вони повинні вміти:

- проводити дослідження туристичного ринку збуту за кордоном;
- розробляти проекти для міжнародної туристичної діяльності;
- вести діловодство в сфері туризму.



Дипломовані фахівці можуть знайти застосування своїм силам і освоїти професії:

- відповідальних за офіси туризму, за відділи адміністративно-територіальних утворень, за турагентства, проекти спілкування і торгівлі;
- керуючих природними просторами, сферою дозвілля;
- розробників вітчизняних туристських продуктів: оцінка туристичних можливостей та екологічних територій;
- пропозицію і керування бюджетом структур дозвілля;
- відповідальних за поставку продовольства; помічника директора турагентства;
- керуючих готельних та туристичних структур;
- помічника менеджера.

В університеті читаються різноманітні курси по спеціалізації «Туризм і культура». наприклад, курс лекцій «Геополітика та геостратегія» – 20 год. на тиждень.

Цей курс геополітики має на меті представити студентам походження і різні форми напруженості в міжнародних відносинах та їх наслідки для індустрії туризму.

Після історії взаємопроникнення культур, цей курс пропонує геополітичний аналіз еволюції відносин між різними континентами, розглядаються теми пробудження національної самосвідомості, поява тероризму і нові співвідношення сил між державами, а також наслідки відкриття географічних просторів і туристичної діяльності.

Іспит: письмова робота і питання курсу в кінці семестру. Курс «Історія та культури Північної Америки» ставить за мету – дати студентам можливість краще зрозуміти багатство національного надбання і різноманітність культур в США і Канаді.

Після загального географічного представлення субконтиненту і його справжнього культурного надбання, цей курс пропонує аналіз самовизначаються і культурних розбіжностей, а також поступову координацію значень різних етнічних груп, які складають відміну американських і канадських народів. Таким же чином пропонуються курси лекцій «Історія та культури Азії», «Історія та культури Африки», «Історія та культури Латинської Америки», «Історія та культури Карибів», «Історія Європейського континенту».

На спеціалізації «Управління в сфері туризму» читаються такі курси лекцій, як «Міжнародне громадське право», ставиться мета – навчити вмінням вести переговори про міжнародне трудовій угоді, його права та системах соціальної захищеності в Європі та поза Європою.

Навчальний курс лекцій «Державне право в сфері туризму» визначає мету навчання як представлення та аналіз громадської діяльності і дій цивільної влади у сфері туристської політики. Курс розглядає успішну діяльність адміністрації у сфері туризму у Франції (міністерство та місцеві органи влади), засоби адміністрування; національні та міжнародні аспекти права культурного надбання).

Сучасний курс «Менеджмент і готельне управління» має на меті оснастити студентів знаннями в професійній сфері туризму, що допоможе їм займати відповідальні посади в світі туризму (авіакомпанії, туроператори, дистриб'юторські мережі, туристичні агентства, орендодавці машин, готельних ланцюгів, учасників круїзу, офісів туризму).

Інші курси: «Маркетинг і керування туристичним проектом», «Інформаційні інструменти», «Створення та управління веб-сайтом» і «Англо-саксонський бухоблік».

У спеціалізації «Професії культурного розвитку та туризму» розглядаються професії культурного та туристичного розвитку, зосереджені на концепції, монтажі та контролі культурних та туристичних проектів. А також питаннях підвищення вартості місцевих ресурсів та розвитку культурних, суспільних і економічних територій з необхідною компетенцією, участі в діяльності, демонстрації культурних продуктів на місцевому, національному та міжнародному рівні. На даній спеціалізації навчаються як студенти з дипломом бакалавра, які вивчають різноманітні дисципліни (право, економіка, географія, історія, історія мистецтв, мови і т.д.), так і фахівці, залучені в місцевий розвиток або в культурну і туристичну діяльність.

З причини міжнародної значущості даної освіти необхідно вільне володіння англійською мовою. Фахівці знаходять застосування своїм силам після закінчення університету (300 годин) і отримання диплома про вищу спеціальну освіту в якості:

- агентів культурного місцевого, посередницького розвитку в адміністративно-територіальних утвореннях, в міжкомунальних об'єднаннях і в інших установах (регіональний природний парк);
- відповідальних за проекти в асоціаціях, фондах, установах культурних і туристичних структур (громадські чи приватні);
- кадрів на підприємствах, що здійснюють туристичну або культурну діяльність; кадрів в органах, в службах і в міжнародних організаціях.

Передбачається обов'язкове 4 місячне стажування.

Франсійський Інститут проектування послуг створений в рамках плану «Університет 2000» в 1989 році як філія Університет Париж VI ім. П'єра і Марії Кюрі і став самостійним вищим навчальним закладом в 1991 році.

Основу університету склав Технологічний інститут. В даний час в ньому навчається 10 000 студентів, яким передають свої знання 400 викладачів.

Крім Технологічного інституту до складу університету входять докторські школи та науково-дослідні лабораторії. Спеціалізації в сфері транспорту, готельної справи, туризму та дозвілля пропонують освіту протягом 2 років. Диплом про вищу спеціальну освіту у сфері туризму передбачений за спеціалізацією «Менеджмент установ дозвілля».

Випускники університету працюють на керівних постах в закладах дозвілля (найчастіше в казино). Обсяг навчальних годин – 500 протягом 4 семестрів.

Спеціалізація «Туризм і нові технології» готує кадри в сфері туризму і торгівлі із застосуванням нових інформаційних технологій. Обсяг навчальних годин – 550.

Спеціалізація «Професії транспорту, готельної справи, туризму та дозвілля» дає студентам можливість протягом 3-х років отримати гідне загальну освіту.

І потім зайняти посади середньої керівної ланки на підприємствах дозвілля і туризму.

Отримана освіта дає шанс професійного росту, а також можливість продовжити свою освіту в 3-му циклі для отримання диплома про вищу спеціальну освіту.

Спеціалізація «Організація та розвиток туристичної діяльності» готує кадри для управління в сфері організації ярмарків, виставок, конгресів, конференцій, семінарів і т.д. Навчання займає 2 семестри – 375 годин. Обов'язкове 4 місячне стажування за кордоном.



Цілі **Університету Ніци Софія-Антиполіс**: дозволити будь-якій людині доповнити або переорієнтувати свою кар'єру, взяти участь в економічному і суспільному розвитку свого регіону. Університет підтримує партнерські відносини з профільними навчальними закладами, як у Франції, так і за її межами, щоб постійно змінюватися і виходити на новий розвиток у сфері безперервної освіти. Університет пропонує різноманітні варіанти в сфері освіти.

Спеціалізація «Туризм і готельна індустрія», яка існує близько 30 років, готує кадри для підприємств готельної галузі, туристичних фірм, туристичних агентств, асоціацій та установ дозвілля, установ у сфері захисту та охорони навколишнього середовища.

Обсяг навчальних годин – 700. Стажування – 4 місяці. Для проходження навчання кандидати повинні працювати в сфері туризму або готельної справи більше 2 років.

Спеціалізація «Менеджмент кулінарних мистецтв» готує кадри високого рівня в рамках єдиного навчального закладу такого профілю у Франції. Це утворення має на меті:

- пропонувати високу кваліфікацію в області гастрономії та ресторанної справи;
- дозволяти професійну переорієнтацію, що гарантує стимулювання національного, регіонального та міжнародного кадрового планування;
- залучати до вдосконалення практики фахівців, здатних максимально розвивати на базі вже набутих знань і вмінь потенціал, будуєш здібності і майстерність в організації та менеджменті у сфері кулінарного мистецтва;
- гарантувати найбільш динамічні зв'язку з професійним середовищем, користуючись виключним партнерством з великими фахівцями в сфері гастрономії і ресторанної справи.

Обсяг навчальних годин – 436.

Навчання протягом одного року. При підготовці фахівців йде чергування практичних і теоретичних занять: 5 місяців теорії та 5 місяців практики.

Програма освіти включає в себе такі основні дисципліни: «Культура спілкування», «Англійська мова», «Діловодство», «Мистецтво», «Гуманітарні науки», «Нові інформаційні технології», «Культура підприємства», «Естетика», «Менеджмент підприємства», «Ергономіка», «Право», «Політичні науки», «Економічні науки», «Маркетинг», «Оперативний облік», «Ділова гра», «Етнографія смаку», «Аналіз почуттів», «Історія кухні», «Гігієна», «Живильні функції і фізико-хімічні реакції харчових компонентів».



Університетський Інститут професійного менеджменту в сфері спорту Ніцци – Софія готує кадри, здатні не тільки управляти, але також і створювати інноваційні проекти в секторі спорту, здоров'я та дозвілля. Навчальна команда складається з фахівців у сфері дозвілля і управління спортом і дозвілля, викладачів-дослідників, територіальних службовців та представників асоціативного сектора і місцевих органів влади.

Теоретичний і практичний курс становить 720 навчальних годин і 6 тижнів стажування на підприємстві протягом 9 навчальних місяців.

Головна мета освіти полягає у тому, щоб дати студентам поняття, інструменти аналізу, необхідні для створення і здійснення проектів територіально економічного розвитку.

Спеціалізація «Освоєння території та місцевий економічний розвиток» дає освіту майбутнім компетентним фахівцям для здійснення місії підтримки в галузі місцевого економічного розвитку. Агентства з питань місцевого розвитку повинні бути здатними приймати в розрахунок різноманітність векторів територіальної динаміки і встановлювати стратегії дії, погоджені в міжрайонному масштабі. Дана спеціалізація припускає 3 місячне стажування.

Диплом магістра дається з такими коментарями:

- Магістр гуманітарних наук (культурне надбання, нові технології і міжнародний туризм).
- Магістр гуманітарних наук (територіальне прогнозування).
- Магістр економічних наук (управління, зв'язок, менеджмент спорту).

Спеціалізація «Територіальний розвиток» в **Політехнічному Інституті Університету ім. Ф. Рабле** дає можливість провчитися 1 рік на факультетах, де вони вивчали географію, соціологію, природничі науки, архітектуру поступити відразу на другий курс. Обсяг годин на тиждень – 30 годин.

Перший рік: «Управління та містобудування», «Соціологія та управління», «Екологія та середу», «Збір та обробка інформації», «Іноземні мови», «Територіальне дослідження».

Другий рік: «Управління та навколишнє середу», «Містобудування», «Міське та регіональний розвиток», «Збір та обробка інформації», «Іноземні мови».

Третій рік: програма складена з загальної частини і з 2 опцій, однією представляє місто будування, інший – місцевий і регіональний розвиток із здійсненням проекту та індивідуального професійного 3 місячного стажування.



Університет Тулуза II Лё-Мирай відноситься до вищих навчальних закладів, які відрізняються давніми традиціями гуманізму.

Створений в 1229 році він здобув популярність вже в XVI столітті, так як в ньому вчилися видатні гуманісти, такі як Мішель Серве, Етьєн Доле, Мішель де Оспіталь, Рабле і ймовірно Монтень. У 1808 році, став імператорським Університетом, він об'єднує кращі уми католицької та протестантської теології, філології, права, природничих наук та медицини.

У XX столітті, університет філології досягає свого повного розквіту. У 1984 році згідно спеціально прийнятого закону Савари він набуває сучасних обрисів. За останні роки чисельність студентів майже подвоїлася: 14000 студентів в 1984 році.

Сьогодні понад 27 000 (26 574 в Тулузі, 175 в Монтабе, 310 в Фігеас, 117 в Фоїх, 20 в Мадриді, 13 в Кагорі).

Підтримуючи традиційні вимоги, Університет Тулуза Mirail прагне пропонувати новий зміст. В структуру університету входять 5 факультетів, 4 інститути та 1 школа.

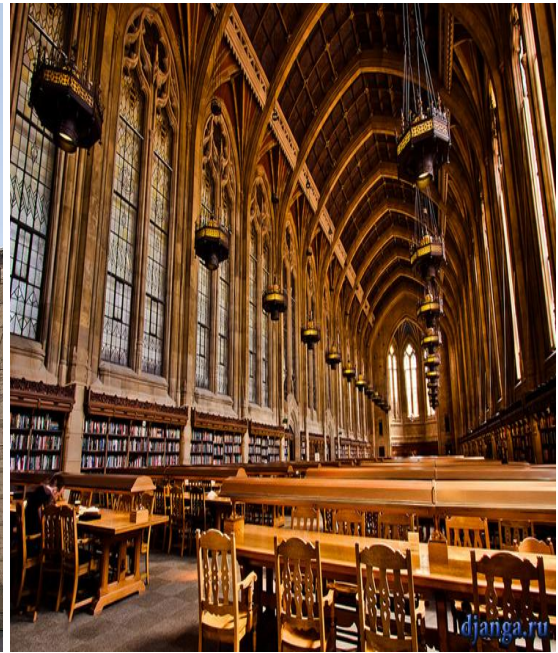
Університет підготував 9808 фахівців з національними дипломами, 563 – з дипломами університету. В університеті працюють близько 900 викладачів. Університет здійснює також професійну підготовку та дистанційне навчання і розвиває міжнародні відносини з багатьма навчальними закладами у різних країнах.

В даний час він бере участь у великій державній реформі освіти в рамках децентралізації, розукрупнення і освоєння території.

Дійсно, університетська команда використовує можливості, запропоновані державою: розвиває міждисциплінарність, поглиблює загальну освіту, пропонує студентам фундаментальне професійну освіту. Уже кілька років, університет в звіт на запити регіонів намагався розвивати свої адміністративно-територіальних освітні структури: він відкрив університетські філії в містах свого регіону: Благьяк, Кагор, Фігес, Фуа, Монтабан.

Тим самим університет створює можливості для отримання освіти студентами в різних регіонах Франції і розвиває освіту, пристосоване до локальних потреб.

Всі галузі освіти і всі дисципліни, запропоновані університетом, відповідають запитам безперервної освіти. особи, залучені в активне життя, бажають вдосконалюватися, придбати нову компетенцію або кваліфікацію, або просто відвідувати університетські заняття. Університет вважається одним з 4000 значних навчальних закладів Франції.



Завдяки зусиллю своїх викладачів створюються **нова педагогіка**, завдяки технічним засобам, якими володіє університет, він дає можливість отримати першокласне європейську освіту. Вірний своєму призначенню, що бажає брати участь у великих культурних проектах на світовому рівні, університет розвиває обміни, укладає контракти, підписує угоди з багатьма навчальними закладами в усьому світі.

Він бере участь в загальноєвропейській програмах «Ерасмус», «Лінгва», «Темпус», «Сократ». Щороку 100 викладачів та іноземних дослідників приймає університет Тулуза Mirail.

В ньому навчаються понад 2000 іноземних студентів, серед яких майже 800 європейців.

Більше 80 угод пов'язує університет з іноземними університетами Іспанії та Латинської Америки, Північної Америки, Африки, Магриб, Південно-східної Азії (Китай, Японія, В'єтнам).

Університет активно розвивається у сфері професій транспорту, готельної справи, туризму та дозвілля.

Спеціалізація: «Проектування та реалізація готельних і туристичних продуктів» (опції на вибір: туризм або готельне справа).

Спеціалізація: «Управління та оснащення туристичних структур в гірській і сільській середовищі» (вибір: туризм). Загальна сума навчальних годин – 609, магістратура «Проектування і реалізація готельних і туристичних продуктів» пропонує дві опції: «Готельна справа» та «Туризм», стажування – 12 тижнів.

На спеціалізації «Управління та оснащення туристичних структур» загальна сума навчальних годин – 558, магістратура, беручи до уваги специфічність гірського і сільського середовища пропонує опцію «Туризм». стажування – 12 тижнів.

Спеціалізація «Нові комунікативні технології в додатку до сфери туризму» дозволяє студентам здобувати знання в сфері управлінні туристичним підприємством і реалізацією туристичних продуктів за допомогою інформаційних інструментів. Численні можливості робочих місць в туризмі будуть запропоновані випускникам в якості: провідних інформаційних мереж, керуючий туристичними повідомленнями, присутніх у туристичній інформатики, продавців, що спеціалізується в електронній торгівлі.

Проектування в сфері транспорту, готельної справи, туризму та дозвілля вивчається на спеціалізації: «Менеджмент у сфері послуг» **Університету в Анжері**.

Мета навчання – підготувати інженерів-господарників у сфері державної економіки.

Сфера компетенції:

- методи управління;
- проведення дослідження, визначення потреб, оцінювання результатів;
- системи громадських пристроїв, організація дозвілля різноманітних груп населення;
- вивчення іноземних мов і різноманітних культурних традицій;
- вивчення етичних норм.

Професійна сфера передбачає широке поле діяльності випускників університету.

В результаті важкої демографічної, економічної, суспільної та культурної еволюції виникли нові потреби в робочих місцях, які породжені збільшенням середньої тривалості життя, широкою участю жінок в суспільній діяльності, громадськими пропозиціями колективної охорони дітей, зростанням середнього рівня життя, дегуманізацією міста.

Багатопредметний педагогічний зміст включає в себе сукупність нових послуг, що відносяться до захисту і підвищення вартості навколишнього середовища, спортивна, культурна діяльність і дозвілля. Теоретична і практична освіта включає:

- фундаментальну і багатопредметну освіту, що дозволяє розуміти, аналізувати, опанувати, передбачати зміни в сучасному суспільстві;
- знання про економічне, соціальне та юридичне середовище підприємств і про їх менеджмент;
- придбання методології аналізу діяльності;
- володіння трьома іноземними мовами;
- наукова і технічна культура в галузі туризму;
- освіта в комерційному, фінансовому проектуванні і в методах продажів.

А також 3 стажування по 3 місяці на підприємствах галузі.

Університетську освіту відрізняє інтернаціоналізація:

освітні модулі англійською мовою, викладання на яких здійснюється професорами американського і австралійського університетів; активне партнерство з головними підприємствами туризму і готельної справи за кордоном; угоду з іноземними центрами підготовки, що дозволяють обмін студентів, присутність в європейських програмах.

Майбутні фахівці готельної справи та туризму зможуть, зважаючи придбані компетенції, бути кандидатами для кар'єри в наступних областях:

- установи туризму: референти, директора туристичних фірм, центрів, компаній;
- національні та адміністративно-територіальні утворення: керуючі туристичними зонами, туристичними підприємствами, розвиток сфери туристичного дозвілля;
- туроператори: головне управління, компанії з реалізації туристичного продукту, директор бюро подорожей;
- готельна справа – туристичні притулки: загальні, регіональні, трудові ресурси, управління готельними підприємствами, референти на туристичних підприємствах, парки відпочинку та розваг, торгові відділи.

Сфера компетенції за спеціалізацією «Територіальне розвиток: туризм і культура» включає в себе:

- управління проектами, концепцію активності, що включає різні складові: економічні, політичні, юридичні і організаційні;
- знання про туристичних цілях, залучених до культурного змісту та про їхню причетність до економіки і суспільству для того, щоб сприяти розвитку території;

- еволюції політичних і культурних цілей: культура в сфері комунального обслуговування та ринкової економіки, нові культурні простори, заходи, фестивалі;
- визначення структури та змісту сфери культури, які включають традиційні сектори: культурне надбання, живі вистави, візуальне мистецтво, наукову, промислову та технічну культуру і природу. Навчання здійснюється за принципом дуального навчання (400 годин): – 3 тижні на підприємстві, для підготовки проекту в галузі туристичного та культурного розвитку; – 1 тиждень в університеті для придбання теоретичних знань, виховання колективного мислення.



Університет в Ліможі готує кадри за спеціалізацією «Менеджмент та управління підприємством (здоров'я, соціальне та суспільне дозвілля)», метою якої є підготовка фахівців для управлінських структур малого та середнього бізнесу в сфері санітарної та соціальної допомоги.

Навчання включає теоретичні та практичні заняття: економіку, право, комунікативні методи, обробку даних, охорону здоров'я, вивчення іноземних мов.

Навчання організовано у вигляді модулів. Випускник отримує диплом про загальну університетську освіту і знаходить застосування своїм знанням і вмінням, як на регіональному, так і на національному рівні, так як така спеціалізація є тільки в цьому університеті.

Для вже працюючих в цій сфері існує можливість продовжити освіту в цьому навчальному закладі. Передбачені також індивідуальні курси.

Звичайний диплом отримують 40 фахівців, бакалавра 60, магістра близько 60.

Обов'язкове 5 тижневе стажування, яке дозволяє проаналізувати структуру відповідних підприємств сфери і отримати повне уявлення про його функціонування.

В кінці навчання необхідно написати звіт в розмірі 15 сторінок з додатками і бібліографією. для отримання диплома про вищу спеціальну освіту.

Для магістра зміст модулів більш поглиблене і стажування передбачене протягом 12 тижнів. Для отримання диплома магістра робиться науково-дослідна робота на 35 сторінках, яка носить практичний характер і результати впровадження якої повинні мати позитивний економічний ефект.



Університет ім. Поля Верлена-Мец, створений в грудні 1970 року, став за сорок років необхідним вищим навчальним закладом для економічного і культурного розвитку Лотарингії. Він налічує понад 16 000 студентів.

Швидкий розвиток університету змусило його керівництво впроваджувати нові напрямки в освіті та дослідженні і розширювати університетські території.

В наші дні університет пропонує різноманітну освіту з міждисциплінарністю полів компетенції. Він налічує 9 факультетів та інститутів і дає освіту по 180 модулям. Навчання в даному університеті відрізняється високою якістю, яка визначена французьким урядом і низкою європейських організацій. Центром університету є технологічний інститут, який здійснює велику і плідну роботу в промисловому центрі Франції.

Завдяки своєму сприятливому географічному положенню університет розвиває тісне співробітництво зі своїми бельгійськими, люксембурзькими і німецькими колегами. Особливо плідно розвиваються франко-німецькі відносини, читаються спільні навчальні курси і видаються дипломи подвійної дії. Цей досвід розширюється і переміщується по обидва боки кордону на міжнародні відносини з європейськими, африканськими, американськими і азіатськими країнами.

Університет готує фахівців переважно для підприємств сфери культури, забезпечуючи доступ студентам до якісної освіти в сфері класичної та сучасної художньої культури завдяки своєму театру.

Спеціалізація «Менеджмент готельної діяльності» ставить за мету: підготовка менеджерів готельних центрів, давати компетенцію в менеджменті і в управлінні, готельні технічні та практичні знання. Обов'язковим є 4 місячне стажування і підготовка особового проекту.

Вже більше 10 років, **Нантський університет** налічує таку спеціалізацію – «Прикладна інформатика у сфері управління підприємствами».

За всіма професійними напрямками видаються дипломи про вищу спеціальну освіту та диплом магістра. Навчання протягом 3-х років становить близько 600 навчальних годин: основна увага приділяється цільовій навчальній діяльності в сфері іноземних мов, інформації, юридичних і фінансових аспектів. За 3 роки обов'язкові стажування на відповідних підприємствах протягом 20 тижнів. У навчанні беруть участь справжні фахівці підприємств і науково-дослідних центрів.



Університет Нансі II пропонує спеціалізацію: «Економіка туризму і спортивного відпочинку». Цілі навчання: надати освіту у зв'язку з глибокими змінами в спорті протягом останніх десятиліть, не тільки щодо професійного спорту, але також і в сфері спортивного дозвілля. Спортивне дозвілля складає в наш час справжню економічну область діяльності.

Вивчення ринків, пов'язаних зі спортом ведеться, починаючи з понять стандартної неокласичної теорії. Економічна природа спорту складніше, так як вона генерує прибутки та соціальні витрати, які повинні бути включеними в аналіз. Це може бути зробленим тільки при глибокому вивченні принципів управління державними фінансами та теорії економічного добробуту. Використання цих інструментів дозволяє виправдати громадське втручання в спортивні організації спорту і зрозуміти порядок інвестування загальних ресурсів в спортивну діяльність, яка все більш підтримується комерційною діяльністю.



Відродження **Орлеанського Університету** було результатом діяльності мера Орлеана, Роже Секрету, обраного в 1959 році, і першим ректором нової академії, створеної в 1961 Геральдом Антуаном. У 1961 155 студентів були прийняті для відновлення занять в університеті. Сьогодні, університет відрізняється своєю міждисциплінарністю; налічує 4 факультети, політехнічний інститут, чотири університетських інституту технології, які навчають 15 000 студентів, серед яких 2100 іноземців. Університет Орлеана також розвивався на інших місцях регіону зі створенням університетів Буржа, Шартра.

В університеті трудяться 832 викладача і викладачів-дослідників.

Метою університету є підготовка студентів як висококваліфікованих менеджерів, готових до роботи в складному й багатонаціональному світі й постійно мінливих ринкових умов. Невеликі групи (максимум до 25 чоловік) дають можливість кожному студентові сконцентруватися на предметі, а викладачеві – приділити достатньої уваги кожному в групі.

До кожного студента прикріплюється викладач, особистий тренер, який в плин всіх годин навчання допомагає критично й тверезо смотреть на свою майбутнє кар'єру. Під час навчання студенти проходять практику в готелі «Wyswert 4 *», якій перебуває в будинку університету.

В кожному департаменті готелю студенти навчаються спеціфіці індустрії безпосередню в годину робочого процесу под керівництвом практичних інструкторів и студентів старших курсів.

Навчання по всіх програмах ведеться англійською мовою.

За спеціалізацією «Гостинність и готельний менеджмент» випускники університету одержують звання бакалавра в менеджменті гостинності (BBA hospitality management).

Також можна стати бакалавром в туристичному менеджменті (BBA в tourism management), якщо вібрато навчання за фахом «Туристичний менеджмент». Серед найбільш істотних особливостях програми «Гостинність и готельний менеджмент» можна віділіті те, що за годину навчання теоретичні модулі чергуються з практичними, також студенти одержують необхідні сертифікати для роботи в індустрії гостинності. В області туристичного менеджменту університет готує туроператорів, турагентів, службовців для туристичних інформаційних центрів и державних структур, організаторів розважальний заходів.

Крім звання бакалавра, університет надає можливість здобуття звання магістра.

При цьому вимоги по обома вузівським спеціальностям ідентичні: необхідній диплом бакалавра, знання англійської мови toefl 550. Навчання триває протягом одного року.

Різниця між спеціалізацією «Гостинність и готельний менеджмент» и «Туристичний менеджмент» видна «на виході». Магістр в туристичному менеджменті на відміну від магістра в менеджменті гостинності по закінченню програми одержує два дипломи – французський и англійський, від London Metropolitan University.

Стажування є однієї з найважливіших складових навчання в університете.

Під час навчання студенти стажуються двічі: протягом п'яти місяців на 3-м року навчання смороду працюють у готелях або інших компаніях на віконавському рівні й п'ять місяців на 4-м навчальному році – на рівні керування.

Практикантів з університету чекають усюди – у Європі, США, Карібських країнах. Усю організаційну роботу проводить університет. Більшість студентів (93%) воліють пройти стажування за кордоном, причому одну практику в далеких країнах – Китаї або США, а другу – у Європі.

Це пояснюється тим, що часто стажування закінчується праце-влаштуванням.

Університет має міцні зв'язки зі провідними готелями по усьому світу, середь яких: ACCOR Group, Marriott, Hilton International, Rezidor Sas. Стажування оплачується роботодавцем.

Випускники університету займають провідні посади в компаніях сфери гостинності й туризму по усьому світу. Крім того, прекрасна підготовка дозволяє випускникам знайти роботу навіть у галузях, прямо не зв'язаних зі сферою готельного й туристичного бізнесу: менеджмент, маркетинг, продажі, керування персоналом. В університеті працює служба працевлаштування випускників, яка надає підтримку всім студентам последнего курсу в пошуках місця роботи. Як результат застосування цієї методики, випускники університету високо цінуються роботодавцем за ініціативність, креативні мислення, здатність до застосування теоретичних знань на практиці.

Студенти не студіюють відособлені предмети, а проходять навчання під видом міждисциплінарних практичних зайнять (тематичні дослідження).

Основна увага в університеті приділяється управлінським навичками. Для розуміння природи й характеру робочих процесів у готельній галузі студенти-бакалаври напрацьовують і практичні вміння, Однак на це приділяється лише 25% всіх годин. А майбутні магістри працюють і вчаться тільки «на управлінському рівні».

Інститут ім. Поля Бокюза Університету ім. Жана Моліна в Ліоні готує кадри за спеціалізаціями «Управління підприємствами готельної справи», «Кулінарне мистецтво і ресторанна справа», «Менеджмент готельної та ресторанної справи», які передбачають високу професіоналізацію: незалежна готельна справа, діяльність готельного ланцюга, центри дозвілля і парки атракціонів, готельні резиденції, компанії і круїзи і т.д.

Операційні служби: директор притулку, генеральний, фінансовий директор і т.д.

Функціональні служби: відповідальний за збут, заступник директора, завідувач відділу кадрів і т.д. Всі спеціальності в сфері ресторанної справи.

Індустрія готельної справи одна з найрозвиненіших і найбільш динамічних галузей економіки Франції. Професіоналізм, знання традицій і нові вміння представляють додану вартість очікуваної професії, яка повинна передбачати еволюцію ринку. Програма навчання розрахована на 3 роки для отримання диплома спеціальної вищої освіти.

Три головні педагогічні цілі переслідують можливість гарантувати потрібне число фахівців реальної адекватності з потребами в секторі готельної справи: професіоналізація, опора на реальність і проектування професійного життя в залежності від схильностей і прагнень.

Ця професія допоможе стати справжнім трампліном в активне життя. Вона обслуговує сектор харчування на всіх видах транспорту, продовольчий сектор і консультативний сектор.

Професійна практика забезпечується вивченням базових виробничих методів, завдяки педагогічній інфраструктурі, пристосованій до реальностей підприємства.

Стажування у Франції і за кордоном. Професорсько-викладацький склад являє собою кращі кадри з усієї Франції та з інших європейських країн. Освіта в університеті носить індивідуалізований характер: в групах не більше 22 студентів.

Професори мають, таким чином, можливість стежити за індивідуалізованим ростом, заохочувати схильності, орієнтуючи у виборі кар'єри, пропонуючи курси для відстаючих учнів у разі потреби. Педагогіка інституту спирається в результаті на ритм, який вважає за краще: чергування професійної практики і теорії в лоні інституту і в центрі підприємства.

Щороку, студенти користуються 6 місяцями навчального курсу, за якими слід 5 місячне стажування на підприємстві у Франції або за кордоном.

Інститут прагне надавати велике значення ноу-хау, специфічним для професій готельної справи. Він увічнює, таким чином, традицію, яка сприяє величі Франції в усьому світі вже протягом двох століть. Ці професії в постійній еволюції, тому що вони належать особливо активною індустрії, де нові технології займають домінуюче становище.



В сучасному **Університеті ім. Поля Валері в Монпельє I** здійснюється підготовка фахівців у сфері права, медицини, економіки, управління, природничих наук і спорту. Сьогодні Університет Монпельє I налічує понад 20 000 студентів і 860 викладачів. Він розподілений в кількох університетських містечках: в Монпельє, Німі і Святому Шели д'апше.

Навчальний центр напрямку «Туризм – відпочинок» спирається на команду викладачів та спеціалістів які поєднують академічні знання та вміння набуті з власного досвіду на підприємствах та в організаціях. Він приділяє велику увагу спортивному вихованню своїх студентів. Розклад занять поєднує наукові заняття та фізичне навантаження. Будучи членами спортивної асоціації з регбі Тулузи та Монпельє приймає участь в університетському чемпіонаті вищих шкіл Франції.

Вікористовуючі принцип застосування теоретичних знань на практиці передбачається протягом 3-х років 14-ти місячне оплачуване стажування: 1 рік – 4 місяця, 2 рік – 5 місяців, 3 рік – 5 місяців.

Університет Монпельє єдиний пропонує спеціалізацію «Право Франції в реалізації туристичних продуктів в Європі» у вигляді наступних модулів: «Право Франції в реалізації туристичних продуктів», «Європейське право реалізації туристичних продуктів», «Загальне право на транспорті», «Комерційна і туристична англійська мова», «Маркетинг та реалізація туристичних продуктів», «Податкова система на туристичних підприємствах».

Спеціалізація «Агентства з розвитку туризму в сільській місцевості» – загальна кількість навчальних годин 1204, серед яких 308 на підприємствах.

Університет ім. Монтеск'є Бордо IV навчає 12000 студентів, професорсько-викладацький склад 400 осіб, 3 докторські школи: право, економіка і управління, політичної науки, 35 дослідницьких центрів, 3 професійних інституту, 2 технологічних інституту, 1 інститут адміністрації підприємств, 1 інститут політичних наук, 5 спеціалізацій.

Університет видав майже 5000 дипломів, має 164 міжнародних угоди.

Вітрильний спорт і серфінг, лижі і піші прогулянки, кінний спорт і велотуризм – все можливо в цьому регіоні. Аквітанія пишається своїми історичними місцями. Оберігаючи своє культурне і природне надбання, аквітанія змогла розвинути значний економічний потенціал.

Розвинена промисловість і сільське господарство змінилися новими напрямками – туризм, який робить Аквітанію одним з найбільш привабливих європейських регіонів.

Аквітанія займає також стратегічне географічне положення. З ініціативи університету були відкриті туристичні школи в Єгипті для популяризації французької мови. Університет має угоди з відділами зовнішніх операцій та фінансів, які прагнуть щороку організувати спільно дослідні дні і нагороджувати найкращі роботи студентів у цій області.

До того ж, розвиток безперервної освіти пропонує нові можливості укладення контактів з регіональним середовищем для спільної підготовки студентів.

Університет ім. Мішеля де Монтеня Бордо III є значним державним вищим навчальним та науковим закладом, який пропонує широку гамму дипломів в сфері іноземних мов, гуманітарних наук, мистецтва, природничих наук. В університеті пропонуються спеціалізації, які можуть сприяти успіху в різноманітних професіях освіти, культури, адміністрації, міжнародної торгівлі, комунікації, мистецтв, навколишнього середовища і сфери обслуговування, в загальному.

Основною рисою навчання в університеті є: гуманізм, толерантність, прагматизм.

Починаючи з 80-х років, розвиток світового співтовариства призвело до серйозної конкуренції в сфері туризму і дозвілля, що викликало бурхливе зростання професіоналізації в цих сферах. Почали розвиватися професії в галузі управління, координації, прогнозування та розвитку.

Державні та громадські інститути надають великого значення розвитку туризму, який приносить великі інвестиції в економіку країни. Для покращення функціонування цієї сфери нагальною потребою стали кадри менеджерів і керівників середньої та вищої ланки. Це в свою чергу призвело до необхідності створення вищих навчальних закладів для підготовки фахівців.

Інститут управління в сфері туризму Університету Бордо III став готувати фахівців для цієї сфери з 1976 року. Він пропонує ряд дипломів: диплом про вищу спеціальну освіту за спеціалізацією «Управління туристичними підприємствами» з 1991 року та національний диплом бакалавра за спеціалізацією «Проектування туристичного продукту».

Педагогічна програма спеціально призначена для підготовки: директорів і кадрів туристичних підприємств; керуючі підприємствами притулку та дозвілля; розробників виробництва туристичного продукту. Управління адміністративно-територіальним об'єднанням туристичних колективів засноване таким чином на політико-економічній системі, розташованій на перетині державних і приватних компаній. Населені пункти, райони чи об'єднання районів, грають рушійну роль в туристичному зростанні. Освіта ґрунтується повністю на педагогічних методах навчання і менеджменту. Вона сприяє професіоналізації студентів. Навчання методам місцевого туристичного планування включає заняття (150 годин) на туристичному підприємстві, де проводяться ділові ігри у формі моделювання виробничих ситуацій.

Кожен студент грає роль директора, виробляє стратегію в деяких фазах і визначає тактику (загальну політику туристичного підприємства, план дій) для досягнення поставленої мети. Тут особлива увага приділяється поєднанню теоретичного і практичного навчання.

Навчання складено з 650 годин, серед яких 40% займає практична діяльність і навчання за допомогою найсучасніших методів. Передбачаються також 6 місячні стажування, під час яких студенти готують проект наукового дослідження.

Професіоналізація французького туризму створює нові потреби в керівниках виробництва, особливо на туристичних підприємствах, в туристичному місті, в місті мистецтва та історії для проведення складних операцій, що вимагають подвійної компетенції в управлінні і в стратегії розвитку підприємства. 93% випускників університету працевлаштовуються в перші 6 місяців після його закінчення в сфері туризму і в інших сферах економіки. Вони готують до професійної діяльності в області територіального проектування туризму.

Загальна кількість навчальних годин 560 год. Стажування: одне в перший рік навчання – два місяці (320 годин), друге в другий рік – 4 місяці (640 годин). Загальна кількість годин для кожного року – 1520. Спеціалізація «Статистична система туризму» готує фахівців для різних виробників статистичних даних.

Зміст навчання включає: макроекономічні типові дані, їх зміст, області і межі їх використання, національні, регіональні та локальні статистичні потреби; мікроекономічні типові дані, методи кількісної та якісної оцінки парків та підприємств притулку; методи отримання знань про клієнтів; методи вимірювання туристичних потоків; проблеми зондування громадської думки, кількісна оцінка відвідувань туристів, прямі і непрямі економічні показники.





Страсбурзький Університет дає можливість отримати диплом про вищу спеціальну освіту за різними спеціалізаціями в географії, соціології, економіки суспільному розвитку, управління, охорони та захисту навколишнього середовища та туризму.

Термін навчання 1 рік (500 годин) і стажування (8 тижнів), а також спеціалізації в професіях транспорту готельної справи, туризму і дозвілля та проектуванні малих і середніх підприємств в цих галузях. Університет готує майбутніх менеджерів у сфері спорту, дозвілля і туризму з дипломом магістра, які можуть працювати на базах відпочинку, конструкторських бюро, в центрах відпочинку, конгресів, в спортклубах, в регіональних та олімпійських комітетах, в парках розваг та відпочинку.

В **Реймському Університеті** диплом за спеціалізацією «Географія» дається фахівцям, які освоїли великий обсяг знань в сфері географічних досліджень.

Новий напрям в гуманітарному циклі користується особливою популярністю у студентів, так як сучасна географія передбачає широкий спектр знань у різних суміжних з географією дисциплінах, застосування яких стало нагальною необхідністю сучасного розвитку суспільства.

Нові інформаційні технології дозволяють використовувати традиційні знання та вміння в новому ракурсі: у сфері містобудування та туризму.

Перший рік (1 семестр) навчання: історія, соціологія, економіка, введення в фізичну географію, екологічні системи, географія населення, сучасна історія, теорія культури, іноземні мови (німецька, англійська, іспанська, італійська, російська або китайська), методологія університетської роботи.

Перший рік (2 семестр): екологічна географія і поглиблене вивчення фізичної географії, структурна геоморфологія, стратиграфія, літологія, кліматологія, картографія, топографія, гідрокліматологія, міська – сільська географія, космічний простір, математичні методи в географії, статистика, структурна геоморфологія. Окремий модуль присвячений географії туризму. Туристичні потоки є важливою складовою мобільності людства.

В університеті також вивчаються такі курси: функціонування туристичних систем, розвиток нових форм туристичної діяльності, масовий і екологічний туризм. основи нових інформаційних технологій. Національний інститут географії Франції організовує наукові дослідження для студентів університету.

В *Університеті Шампань-Арден в Реймсі* спеціалізація «Управління дозвіллям і спортивною подією» дозволяє підготувати фахівців для спортивних структур і секторів дозвілля і туризму.

Університет Савойї пропонує 12000 студентам (1246 іноземних студентів 93 різних національностей) різноманітну підготовку на трьох європейських рівнях: бакалавр, магістр, доктор філософії. 600 викладачів, серед яких понад 400 викладачів-дослідників, ділять свій час між освітньої та дослідницькою діяльністю всередині 27 науково-дослідних лабораторій Університету Савойї.

У 1994 році відбулося відкриття економічного факультету, де були ліцензовані також спеціалізації з туризму, готельної справи та транспорту. Спеціалізації в сфері туризму, готельної справи, транспорту і дозвілля користуються великою популярністю.

Програма підготовки приділяє особливу увагу методам менеджменту підприємствами даних секторів економіки. Це означає дати фундаментальну освіту майбутнім фахівцям, завдяки їх майстерності у володінні іноземними мовами (англійською, німецькою, іспанською, італійською), щоб здійснювати свою професійну діяльність в міжнародному контексті. В силу цього, університет готує кадри для всіх функцій керівників виробництва: кадровий менеджмент, фінансове управління, маркетинг, організація підприємства, і т.д.

Туризм: державний сектор: офіси туризму, комітети по туризму, і т.д. приватний сектор: поїздки (агент, агент з організації туристичних поїздок, експедитор), центр конгресів або прийомів, туристична діяльність в парках відпочинку і розваг, і т.д.

Готельна справа: кооперативи роздрібних торговців, різні заклади притулку і відпочинку, клуби, курорти.

Транспорт: логістика та перевезення товарів.

Дозвілля: організація спортивної діяльності (клуби, асоціації, центри відпочинку).

Навчання організовано таким чином, щоб студент отримав загальне уявлення про фундаментальні основи і щоб він спеціалізувався в одній з областей свого вибору: туризм, готельне справу, транспорт або дозвілля.

Крім теоретичного курсу спеціалізація у вище зазначених секторах пропонує професійну діяльність, комерційну справу, відвідування підприємств та семінарів.

Протягом свого навчання студент проходить 8 і 10 місячне стажування на підприємстві. В університеті налагоджені контакти з 500 підприємствами.

У рік організовується 150-200 стажувань, до третини з яких за кордоном.

Університет контактує з такими великими підприємствами Франції як: Ер франс, Національні Залізничі, Головне Митне Управління, Міністерство водних шляхів Франції, Національний інститут статистичних та економічних досліджень, Державний комітет з туризму та іншими.

Диплом магістра у сфері туризму передбачає отримання освіти з 12 модулів протягом 35-годинного тижня в загальній складності 370 годин. Це утворення залежить від рівня і якості попередньої освіти і звернено до фахівців або відповідальним працівникам туристичних організацій. Мета освіти полягає в тому, щоб дати фахівцям основні аналітичні методи для вирішення проблем, пов'язаних з туристичною діяльністю. Навчання складається з двох рівнів: фундаментальні дисципліни та варіативні модулі.

До перших відносяться політичні та економічні науки, до других – дисципліни, які розкривають різні аспекти туризму, навколишнього середовища, місцевого територіального розвитку, сфери дозвілля і рекреації.

Основна спеціалізація в сфері туризму в Університеті науки і технологій в Ліллі «Екологічна безпека, туризм, дозвілля». Ця програма звернена до агентів адміністративно-територіальних утворень, установ туризму, об'єднань з обслуговування туристів, керівникам музеїв, безробітним, які використовують асигнування на освіту, найманим робітником у відпустці для підвищення кваліфікації.

Освіта базується на 4 складових: загальні знання, методологія дослідження, туризм і екологічні проблеми, і іноземні мови. *Мета освіти*: підготувати майбутніх фахівців, здатних зробити все можливе для підвищення вартості місцевого природного і культурного надбання, розвитку туризму та рішення соціо-екологічних проблем.

Друга спеціалізація «Туризм, дозвілля, спорт», мета якої – дати першокласне європейську освіту відповідальним працівникам цих сфер.

Претенденти повинні мати диплом бакалавра та 5 річний стаж роботи в зазначених секторах. Обов'язкове володіння англійською мовою, для іноземців – французької.

Навчання включає 6 базових модулів: управління – 50 год. + дисципліна на вибір 40 годину, стратегічне управління – 25 год. + дисципліна на вибір – 25 год., управління різними функціями підприємства – 35 год. + дисципліна на вибір – 45 год., право – 40 год. + дисципліна на вибір – 20 год., іноземні мови – 50 год., економіка – 25 год., соціологія – 55 год., семінар – 50 год., наукова поїздка за кордон на один тиждень, стажування протягом 3 місяців на підприємстві. Освіта спирається безпосередньо на університетські дослідження для того, щоб знаходити там рішення багатьох проблем, відчувати проблематику, оригінальні перспективи місцевого розвитку.

Університет ім. Ламартина готує фахівців для сфери територіального розвитку.

Навчання триває протягом 2-х років: перший рік 677 годин, другий рік – 585.

Пропонується 9 модулів і 3 місячних стажування.



Університет ім. Рене Декарта в Парізі дає освіту виробничо-торгівельним кадрам для створення туристичних проєктів і організації дозвілля. загальний обсяг – 1200 год. 580 год. віддано стажуванню. Університет готує кадри для великих підприємств туризму, для структур культурного і спортивного дозвілля, агентів з організації туристичних поїздок, як у державному, так і в приватному секторах. як говориться в рішенні університетської ради. Університет підтримує угоди в Саламанці (2001), ратифікованої європейської асоціації університетів (EUA).

Цей заклад відповідає завданням регіонального розвитку. Найпопулярніша в навчальному плані спеціалізація – «Спорт, туризм, дозвілля та навколишнє середовище».

Випускники університету займають робочі місця в якості менеджерів, виконавчих директорів, представників керівного складу середньої ланки в управлінні спортивними і туристичними послугами, територіями, в якості потенційних службовців адміністративно-територіальних утворень (районні та міжкомунальні об'єднання), регіональних природних парків, департаментських і регіональних комітетів з туризму, в туристичних фірмах, постійних центрах ініціатив щодо захисту і охорони навколишнього середовища, в професійних агентствах по туризму, в суспільствах спортивного дозвілля, конструкторських бюро, консалтингових фірмах, в асоціаціях з туризму.

Напрямки в межах цієї спеціалізації можуть бути наступними: управління природними просторами та оснащення обладнанням для спортивних заходів; регулювання конфліктів у сфері навколишнього середовища; підвищення вартості та інтерпретація природного та культурного надбання при освоєнні туристичних ринків; створення і розміщення товарів на ринку спортивних туристичних продуктів; стимулювання розвитку туристичних послуг.

При підготовці фахівців для даної сфери потрібно хороший рівень загальної та професійної освіти. Вона дає знання в галузі туризму, навколишнього середовища, практики спортивного дозвілля, права, менеджменту, маркетингу та соціології. професійна підготовка здійснюється в обох центрах: гренобль і валенсія. основною умовою є спортивна підготовка.

Спеціалізація «Географія» дає можливість отримати освіту в географічній практиці, в різному масштабі і в будь-яких регіонах кулі. Головні напрямки діяльності: управління, космічний аналіз, освіта, середа, геополітика, географічні зображення, економічний розвиток.

Перспективи професійного росту – місцеві органи влади (редактор, референт), і різні професії, наприклад, в офісах архітекторів, в містобудуванні, в банках, в професіях туризму, управління, журналістики.



Біля підніжжя Піренеїв і на кордоні з Іспанією, між морем і горою, розмістився **Університет По і Адура**, створений в 1970 році. Університет підкреслює якість своєї освіти та своїх досліджень. для цього він пропонує різноманітні програми, які добре вписуються в економічне середовище, розвиваючи динамічну політику в питанні передачі технологій та міжнародного партнерства.

Спеціалізації «Професії транспорту, готельної справи, туризму та дозвілля», «Менеджмент», «Управління та проектування малих і середніх підприємств у сфері спорту, дозвілля та туризму» передбачають за мету підготовку до функціонування організацій спорту, дозвілля, туризму.

Перспективи професійного зростання:

- бази відпочинку;
- центри відпочинку приватного та громадського туризму;
- центри конгресів і парків відпочинку та розваг;
- спортклуби;
- місцеві та територіальні органи влади;
- заводські комітети;
- олімпійські департаментские і регіональні комітети туризму;
- муніципальні об'єднання з обслуговування туристів;
- тематичні парки;
- муніципальні служби спорту і / або туризму;
- туристичні підприємства.

Цілі освіти для отримання диплома магістра в цих же спеціалізаціях полягають у підготовці студентів до освоєння методів проектування і дослідження, більш фундаментальна їх підготовка в якості менеджерів у відповідних областях.

Термін занять – 1 рік. Стажування – 4 місяці.

Одним із важливих аспектів переведення туристської освіти у практичну площину є стажування, під час якого студенти мають можливість отримати досвід і сформувані реалістичне уявлення про робоче середовище туристичної індустрії. Стажування, яке відбувається на четвертому році навчання, організовують факультет і роботодавці.

Стажування проходить у різних секторах туристичної сфери, як-от: готелі, тур-оператори, туристичні агенції, національні парки, туристичні атракції, ресторани тощо.

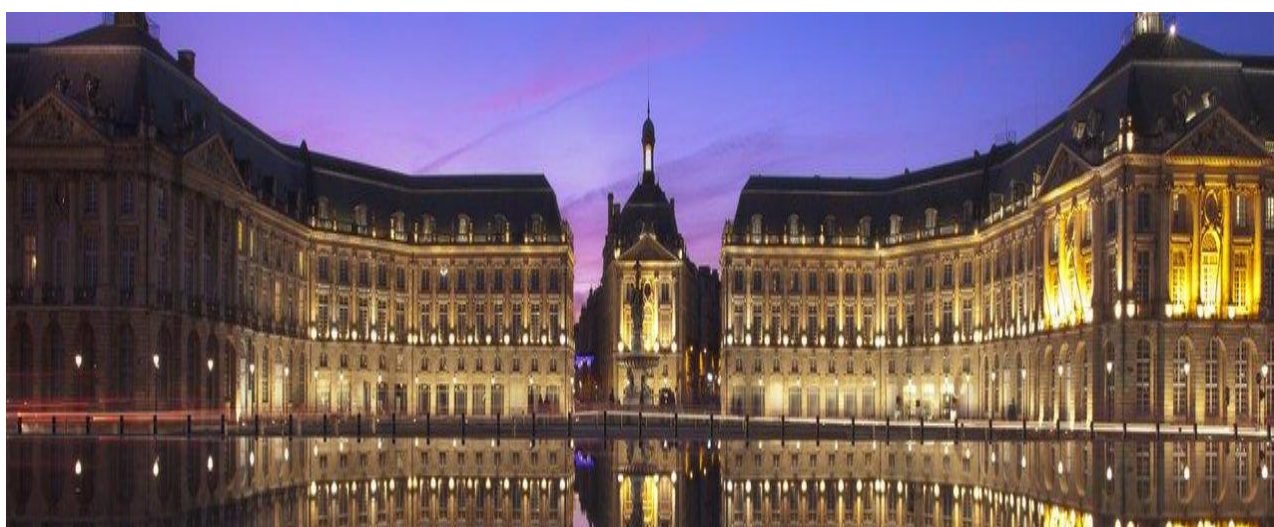
Проведення стажування наприкінці програми є вигідним для потенційних роботодавців, адже студенти вже засвоїли необхідні для роботи теоретичні знання; але, на нашу думку, недоцільним для студентів: їм краще було б проходити стажування після засвоєння половини навчальної програми (набуття практичного досвіду полегшило б вибір спеціалізації упродовж останнього року навчання). Крім того, увиразнюється потреба більшої інтеграції стажування у навчальних курсах. Крім забезпечення студентів очікуваним рівнем фактичних знань, завданням університетів є збільшення можливостей студентів щодо працевлаштування шляхом розвитку умінь і компетенцій, необхідних для роботи на керівній посаді.

Для досягнення цієї мети у закладах вищої освіти ініціюють розроблення високоякісних академічних програм у формі курсів на території навчального закладу та реалізацію обов'язкових програм стажування в закладах індустрії. Основною метою стажування є отримання студентами практичної освіти і професійного досвіду роботи.

Крім того, реалізація програм стажування є вигідною і для студентів, і для задіяних компаній. З одного боку, практичний професійний досвід, який отримують студенти, збільшує їхні шанси на працевлаштування і допомагає планувати майбутню кар'єру в індустрії.

З іншого боку, компанії во Франції мають змогу наймати найбільш кваліфікованих кандидатів, підтримувати зв'язки із найважливішими джерелами нової робочої сили, освітнім сектором, і мають можливість зменшувати завантаженість постійного штату, перекладаючи відповідальність за рутинну роботу на стажерів або студентів.

Орієнтація на зазначені пріоритети у розвитку вищої освіти потребує розроблення і впровадження у навчальний процес нових педагогічних технологій, що дасть змогу значною мірою подолати основний недолік технологічного підходу, який домінує у вищій школі, – орієнтацію на репродуктивний тип навчання.



2.3. Проблеми розвитку туризму та зміст туристської освіти на заморських територіях Франції

Адміністративний поділ Франції – ієрархічна система територій і управління територіями Франції – виконує три головні функції: політичну (територіальні спільноти), електоральну (виборчі округи) та адміністративну (децентралізовані державні органи).

На 1 січня 2006 року Французька метрополія (*France métropolitaine*) – тобто частина французької території, розташована в Європі, а також заморські території адміністративно поділяються таким чином: 22 метрополіні, 4 заморські регіони та 96 метрополіні та 4 заморські департаменти (Гваделупа, Гвіана, Мартиніка та Реюніон).

Материкова частина Франції розділена на 94 департаменти, до яких додаються 2 департаменту на острові Корсика, 6 заморських департаментів (Гваделупа, Мартиніка і Гвіана в Центральній Америці, а також Реюньон біля південно-східного узбережжя Африки, Сен-П'єр і Мікелон біля південно-східного узбережжя Ньюфаундленду) і 5 заморських територій.

З 2003 року ці регіони мають такий самий статус, як і метрополіні. Кожен з них є водночас і заморським департаментом (запроваджено з 1946 року). Ця однодепартаментна структура має в майбутньому призвести до злиття регіональних та департаментальних асамблей.



Територіальна спільнота Корсики, яка вважається одним з 22 регіонів, має спеціальний статус, аналогічний статусу регіону, але з відчутно більшими повноваженнями. Корсика з 850 по 1034 рік знаходилася під владою маврів. Згодом острів перейшов під контроль Генуезької республіки. У 1768 р. Генуя передала острів Франції за борги.

На Корсиці народився Наполеон Бонапарт, а також сім'я державних діячів Аббатуччі, також Христофор Колумб. На Корсиці незвичайно приємно займатися різними водними видами спорту, наприклад, парусним спортом, веслуванням, підкотитися на катамарані. Популярні тут піші прогулянки, верхова їзда і їзда на гірському велосипеді, скелелазіння і дельтапланеризм. Протягом всього року тут організуються великі спортивні заходи: «Автомобільний заїзд по Корсиці», «Corsica Vuke», «Навколо Корсики на каное», «Corsica Raid Aventure» і т. д.

Але Корсику люблять не лише спортсмени: представники всіх поколінь їдуть сюди, щоб насолодитися самотністю і красою острова.

Французька Полінезія. Перше слово заморського співтовариства позначає приналежність до Франції. Друге слово – походить від тихоокеанського регіону Полінезія, половину якого воно займає. Назва «Полінезія» виникло у XVIII столітті, так мореплавці називали численні острови, знайдені в "Південних морях", саме слово походить від грецьких : πολύς багато, νῆσος острів.

Сучасна назва території з'явилася приблизно в другій половині або в кінці XIX століття, коли територія стала частиною Франції. Основна галузь економіки – обслуговування туристів (близько четвертини ВВП). За законом від 27 лютого 2004 року також називається заморським краєм (*payes d'outre-mer*) й наділена широкою автономією.



Французька Полінезія поділяється на 5 адміністративних підрозділів (*subdivisions administratives*), які, в свою чергу, поділяються на 48 комун. Щорічно острова відвідують сто тисяч туристів. Експорт перлів забезпечує 80% валютних надходжень до бюджету.

Нова Каледонія (*Nouvelle Calédonie*) – володіння Франції в Меланезії, що займає групу островів у південно-західній частині Тихого океану. Сен-П'єр і Мікелон (*Saint-Pierre et Miquelon*) – володіння Франції, що займає низовинний архіпелаг з 8 островів (найбільші – Сен-П'єр, Мікелон, Ланглад) у східних берегах Північної Америки, на південь від острова Ньюфаундленд.

В 2004 році архіпелаг відвідали 55000 туристів. В цілому кліматичні умови сприяють розвитку сільського господарства та туризму.

Французька Гвіана – заморське володіння Франції на північному сході Південної Америки; розташована на північ від екватора. Туризм розвинений слабо через несприятливого клімату і важкодоступність.

У 2002 році Гвіану відвідало 65 000 закордонних туристів (дохід – \$ 45 млн.). Визначні пам'ятки: місця нерестовищ шкіряних морських черепах, колишні поселення і в'язниці каторжан (в тому числі знаменита в'язниця на о. Диявола, де відбував покарання капітан А. Дрейфус, звинувачений у зраді в 1894 р.), аерокосмічний центр поблизу Куру з музеєм космонавтики, природний заповідник Трезор, водоспади «Каскад Вольтера».

Серфінг, віндсерфінг і плавання можливі в Гвіані на океанських берегах близько Кайенна і Куру, але коштів обслуговування достатньо мало.

На річці Габріель і в районі Дакки непогані умови для рафтингу і походів на каное.

Є відмінні маршрути для піших подорожей від Ремі-Монжолі до вершини Монтань дю Махур. Гвіана складається з двох явищ. Перше – джунглі. Друге – космодром.



Туризм в Гвіані не є ще особливо сильною економічною реальністю, однак, регіон приймає 60000 туристів на рік, обіцянки розвитку величезні. Специфічна територія Гвіани не є ще досить привабливим туристичним напрямком для фахівців, проте, там існує сильний потенціал туристичного розвитку і цілком ідентифікована туристичне пропозицію:

- *традиційна сфера*: купальний туризм і круїз;
- *специфічна сфера*: «зелений» туризм, туризм з природним культурним надбанням; «науковий» туризм;
- *спортивна сфера*: підводний туризм, екстремальний туризм.

Проте, все-таки ще існує відхилення між цієї потенційною пропозицією і реальністю існуючих туристичних продуктів. Первісне і безперервна освіта повинна мати на меті скорочення цього відхилення.

Туристичне розвиток Гвіани, в першу чергу, характеризується вдосконаленням екологічного туризму. Найпоширеніша спеціалізація «Гід по тропічним лісам Амазонії».

Очевидно, що Гвіана може виявитися туристичною зоною, здатної приймати набагато більше туристів при реалізації концепції специфічних туристичних продуктів.

Логічний розвиток суті даної концепції полягає в удосконаленні структури екологічного туризму, так як 90% території Гвіани зайнято тропічними лісами, а також культурологічного туризму, цінителі якого здатні зрозуміти і оцінити природні багатства і етнічне розмаїття Гвіани. В останні роки з'явився новий напрям у сфері екологічного туризму – спортивний екологічний туризм. Як у всіх туристичних зонах, доступ до кваліфікації та адаптація компетенції складають одну із складових розвитку туризму в Гвіані. Мета полягає в тому, щоб, переконуючись в адекватності між пропозицією освіти і положенням на ринку праці, урізноманітнити галузі освіти в залежності від специфічності Гвіани, особливо, Карибського басейну і Амазонії.



Мартініка – це «шматочок Франції на Карибських Островах». Мартініка перебувати на однойменному острові в Вест-Індії, який належить до числа найбільших в архіпелазі Малих Антильських островів. Острів Мартініка був названий Христофором Колумбом «найкрасивішою країною в світі». Чудові пляжі, відокремлені бухти, буйні тропічні ліси, численні місця для занять підводним плаванням і іншими видами спорту приваблюють туристів зі всього світа. Острів приваблює ентузіастів водних видів спорту з усього світу. Популярні оглядові екскурсії по острову на джипах, катання на конях і піші прогулянки.



Гваделупа є місцем розквіту традиційної культури, місцем, де займаються підводним плаванням, ловом великих риб. Природний заповідник «*Ле Гранд Кю де Сак Марен*» являє собою тропічну екосистему загальною площею 9000 га.

«Внесення вже другого за рахунком об'єкта заморських володінь Франції (першим був відзначений Великий бар'єрний риф в Новій Каледонії) в список всесвітньої спадщини ЮНЕСКО свідчить про міжнародне визнання всій значимості» внеску «Заморських земель у природні багатства Франції» – йдеться в доповіді, підготовленій г-ном Жан-Луї Борлоо, державним міністром екології, енергетики та сталого розвитку.

Єдиний сектор, який перебуває в постійному розвитку в останні роки, залишається туризм. Мартініка і Гваделупа приймають, кожна, близько 600000 туристів на рік.

Але, в даний час, туристичне відвідування Антильських островів зменшується: конкуренція з боку Куби і Санто-Домінго, старіння готельного парку, низька якість послуг, більш високі витрати пояснюють це відносне зниження. Серед всіх заморських територій саме Мартініка і Гваделупа задають тон в питанні туристичного розвитку громадських просторів. Мобілізація всіх зусиль в галузі освіти знайдуть своє повне вираження тільки в декваліфікації всіх туристичних інструментів, якими володіють Мартініка і Гваделупа.

Гваделупа володіє в даний час одним з семи національних парків Франції. Вулкан Сірчаного рудника панує над 250 кілометрами в тропічному лісі.

Туристична діяльність всередині цього природного парку розглядається як перспективи довгострокового розвитку туристичної діяльності: у 1992, ЮНЕСКО визнала цей природний парк «світовим резервом біосфери».



Реюньйон – вулканічний острів, що відноситься до групи Маскаренських островів. Найближчі сусіди в Індійському океані Мадагаскар (800 км) і Маврикія (220 км).

Сюди прагнуть потрапити любителі змагань з мультиспорту з усього світу.

Задача учасників полягають в тому, щоб подолати марафонську дистанцію.

Спортсмени і люди далекі від спорту проробляють це на велосипедах, каяках, пішки і хто як може. Крім можливості провести час серед захоплюючих дух природних ландшафтів, високий рівень істинно французького сервісу на курортах і готелях на острові також приваблює туристів і сприяє розвитку туризму в цілому. Інтерес до острова тільки зростає.

Завдяки природним пам'яткам, таким як вулкани, разюче гарний Ніагарський водоспад, багатий світ флори і фауни, острів є місцем зустрічі, дайверів, любителів екстремальної їзди на гірському велосипеді, учасників наукових експедицій і простих мандрівників. Тут також проводяться зйомки красивих і яскравих рекламних плакатів і фантастичних фільмів.

Туризм відіграє переважну роль у розвитку заморських територій.

Туристична діяльність і охорона навколишнього середовища не повинні знаходитися в протиріччі. Необхідно домогтися збільшення споживання туристичного продукту та туристичного розвитку, раціонального використання та природних ресурсів. Розвиток економіки заморських територій ґрунтується, в більшій мірі, на туризмі. У цьому регіоні було вжито низку заходів в рамках закону про розвиток даної території:

- визначення сфери територіальних компетенцій;
- визначення сум капіталовкладень;
- звільнення від оподаткування.

У зв'язку з цим великого значення набуває діяльність усіх регіональних організацій по збереженню того культурної спадщини, яке історично склалося на цій території.

Велика увага приділяється охороні навколишнього середовища, взаємодії великих виробничих структур та мікро-підприємств з організаціями, координуючими питання туристської освіти на заморських територіях. Всі ці заходи супроводжуються постійною увагою не тільки до економічної діяльності, але і до сфери освіти, підготовці туристським професіям з метою стратегічної ефективності:

- поліпшення якості обслуговування туристів на всіх етапах прийому;
- використання інновацій та інформаційних технологій, щоб відповідати очікуванням ринку і клієнтури;
- створення і розвиток специфічного туристичного продукту.

Становлення туристичної галузі тягне за собою створення і вдосконалення туристської освіти з урахуванням специфічності кожної території.



Заморські території використовують традиційні навчальні установи для професійної підготовки в сфері туризму: державні типові навчальні установи; професійні ліцеї, які пропонують початкову освіту, ідентичне утворення на всій французькій території. Однак, вона повинно відповідати специфічності туристичного пропозиції даного регіону. В області безперервної освіти, як і на всій території Франції, кожне підприємство, кожен працівник і безробітний мають специфічний підхід, заснований на очікуваннях підприємства, на цілі кваліфікації та професійної кар'єри працівника, термінах і витратах на освіту.

За двадцять років туристична індустрія повсюдно замінила традиційну діяльність цих островів. Обидва закони про звільнення від оподаткування, 1975 і 1986, стимулювали капіталовкладення, особливо в готельній справі і у сфері рекреації.

Сьогодні туристичний продукт, який пропонують Антильські острова, застарів і вступив у гостру конкуренцію з туристичним продуктом країн Карибського басейну.

Першочергова мета активізації індустрії туризму, полягає в підвищенні вартості креольської культури та місцевого надбання. Пропозиція нових туристичних продуктів, яка відповідає очікуванням більш вимогливою клієнтурі, здійснюється через ініціативи локальних менеджерів, але вони зруйновані відсутністю досвіду і компетенції цих молодих фахівців в області управління: «Вони досліджують, таким чином, нові шляхи, але відчують брак компетенції в управлінні, яка зміцнила б їх ініціативу», підкреслює регіональний «Дім освіти і робіт» Гваделупи. Перед системою туристської освіти в цьому регіоні стоять три завдання:

- підвищити кваліфікаційний рівень найманих робітників і менеджерів;
- підкреслити культурну своєрідність цього регіону;
- поліпшити управління людськими ресурсами для того, щоб сприяти еволюції мотивацій і мислення.

Проте, в цій справі існують деякі труднощі в області:

- *початкової освіти*: освіта відрізняється рівнем більш слабким, ніж на всій національній території;

- *безперервної освіти*: доступ до їй залишається вкрай обмеженим.

Безперервна освіта отримує обмежене число людей, (більше 40% в готельній справі, менш 30% в рекреації). Вона зберігає свій статус тільки для персоналу великих підприємств. У зв'язку з положенням був намічений ряд заходів.

В області початкового етапу:

- поліпшити профорієнтацію серед випускників шкіл;
- сприяти привабливості професії в сфері туризму;
- розвивати знання про культурну надбанні регіонів;
- робити більш ефективною адекватність між освітою та працевлаштуванням;
- краще знайомити зі специфічністю Карибської туристичної зони;
- сприяти і розвивати навчання іноземним мовам;
- поглиблювати освіту викладачів;
- створювати центр трудових ресурсів та економічного стимулювання, який передбачав би еволюцію в цій галузі діяльності.

Ряд заходів, вжитих у цій сфері, показує, що освіта дозволяє зберегти роботу і довести свою професійну кваліфікацію до необхідного рівня.

Туристське розвиток повинен здійснюватися через постійне розширення поля компетенції допомогою обмінів між регіонами. Географічно обміни можуть бути всередині французької Карибської зони, між Карибами і метрополією, між Карибськими та іноземними територіями (Європа, США, Азія). Для зближення систем туристської освіти було розглянуто генеральну угоду розвитку освіти між Мартініка, Гваделупа і Гвіаною, для обміну досвідом.

Ідея полягає в тому, щоб створити імідж заморських територій з їх різноманітністю культурного надбання:

- Мартініка, колишня назва креольською мовою «Острів квітів»;
- Гваделупа і всі її острови (Марія Галант, Святі, Saint-Barthélemy, Святий-Мартін);
- Гвіана, яка приваблює своїм сучасним комфортом, що сусідять з лісами Амазонки.

Ця різноманітність територій об'єднано одним – це простір креольської культури, яке необхідно використовувати, як для розвитку туристської економіки, так і туристської освіти.

Звернення туристської галузі до міжнародного аспекту своєї діяльності дозволить виміряти очікування клієнтури, що прийшла з Європи, США чи Азії. Розвиток туристичної діяльності проходить з кращим знанням міжнародних запитів, посиленням лінгвістичної компетенції і компетенції всієї сфери обслуговування. Організація освіти повинна відповідати прагненню уявити заморські території за кордоном в кращому вигляді.

Л. Бертран, Державний секретар з туризму Франції в своєму виступі підкреслив той факт, що мета туристської політики щодо заморських територій полягає в тому, щоб «скоротити відхилення між оголошеними честолюбними намірами і реальністю місцевості». Незважаючи на введення цілої низки фінансових інструментів (зобов'язання французького Агентства Розвитку Регіонів, Європейського інвестиційного банку), податкових інструментів звільнення від оподаткування (до 70% відповідно до закону), установок Регіональної схеми туристичного управління (SRAT), туристичний підйом на французьких Антильських островах відчуває великі складнощі:

- на 14,6% зниження цін через старіючого оснащення готельного обладнання (європейці вибирають напрями, де готельне господарство відрізняється кращою якістю: Кубу, Санто-Домінго);
- недостатність і дорожнеча повітряного транспортного (авіакомпанії Ер Франс і Корсар транспортували на 50000 осіб менше, ніж у попередньому році);
- неможливість використання сучасних великих фінансових інвестицій в маленьких структурах суспільного і сімейного готельної справи;
- відсутність реальної державної політики на користь заморських напрямів .

Необхідно вдосконалювати співробітництво всіх учасників організації туристської освіти та професійної підготовки фахівців у сфері туризму: активізувати роботу регіональних агентств з найму, освітніх установ, державних і регіональних громадських структур, різноманітних регіональних місій і фондів. Економіка туризму сильно залежить від економічних умов, які значно погіршилися в деяких заморських територіях Франції, особливо в Мартініці і в Гваделупі. Таким чином, саме новий порив у сфері туризму повинен бути тим виходом, який допоможе вийти з кризи.



Безперервна освіта в **Університеті на Антільських островах і Гвіані** складається з двох циклів: перший цикл – університетський диплом за спеціалізацією «Управління підприємством». Після закінчення навчання і отримання диплома *1-го циклу* можливе продовження навчання на *другому циклі* – університетський диплом за спеціалізацією «Управління підприємством в сфері туризму». Освіта розраховано на два роки (4 семестри) і три блоки: фундаментальні дисципліни, додаткові дисципліни, методологія університетської роботи. *Третій цикл* передбачає два типи освіти: а) професійна підготовка зі стажуванням протягом одного року з отриманням диплома про вищу спеціальну освіту; б) освіту, орієнтоване на наукове дослідження і захист докторської дисертації.

Поряд із сприятливими економічними умовами необхідно створити гідне середовище для підвищення загального та професійного рівня на всіх заморських територіях.

Зусилля, зроблені в сфері туристської освіти дозволять новій генерації фахівців знайти краще застосування своїх сил в економіці і допоможуть вивести її з кризи. Поліпшення якості пропозиції послуг веде до необхідності посилення компетенції спочатку початкової освіти, особливо, коли мова йде про компетенцію в наступних областях: управління, торгівля, іноземні мови, нові технології, економіка туризму (статистика, транспорт, сегменти клієнтури).

В економічному плані, законопроект, що стосується заморських територій Франції, має три основні складові:

- поділ територіальної компетенції між заморськими підприємствами та метрополією;
- заохочення у створенні довготривалих робочих місць;
- сприяння новим капіталовкладенням допомогою звільнення від оподаткування, створення сприятливого клімату для ініціатив.

Запропоновані заходи передбачаються строком 15 років для того, щоб підготувати відповідного рівня професійні кадри, які, в свою чергу, змогли б стабілізувати економічний розвиток заморських територій Франції.

Все це сприятиме збереженню конкурентоспроможності цього регіону. Мета полягає в тому, щоб створити перспективи на майбутнє, які дозволяють встановити клімат довіри, вийти зі стану постійної допомоги та дестабілізації.

Така туристська політика дозволяє переосмислити зусилля, необхідні для реформування туристської освіти, які повинні бути зроблені на всіх рівнях в перспективі довгострокового розвитку. Дійсно, пріоритетними напрямками в туристській діяльності заморських територій в даному регіоні є: поліпшення повітряного транспортного обслуговування і модернізація різних галузей діяльності, серед яких туристичні структури, великі готелі й малі підприємства.



В даний час **Корсиканський Університет** готує фахівців для сфери туризму за спеціалізацією «Туризм і розвиток» з метою підготовки кадрів для цього сектора економіки Корсики, які могли б створювати туристичний продукт і були здатні реалізовувати його на туристичному ринку. В Університеті готують майбутніх керівників підприємств туристичної індустрії. Основна увага приділяється взаємодії природи і культури.

В жовтні 1992 року **Прибережний університет Ком-д'Опала** відкрив свої двері для перших студентів, яких було 4300, сьогодні їх 11 000. Тут готують фахівців для сфери туризму та дозвілля в наступних секторах: туризм та стратегія розвитку, туристичне проектування, підвищення вартості культурного та природного надбання, професії в сфері спорту, сільські проекти економічного розвитку. Загальний обсяг годин – 500, 2 місячне стажування, вивчення двох обов'язкових іноземних мов. За спеціалізацією «Готельна справа» навчання продовжується 1 рік – 515 годин і 4 місячне стажування. Підвищення рівня початкової освіти дозволить, згодом, здійснити кращу адаптацію майбутніх найманих робітників.

Однак, існує дискримінація в доступі до безперервної освіти між великими структурами і малими підприємствами. Нова система початкової та змішаної освіти буде враховувати цю дискримінацію для того, щоб скоротити негативні результати в освіті для нових поколінь.

Французький тихоокеанський Університет Французької Полінезії діє на Таїті, відноситься до академії заморських територій.

В 1987 році був заснований як Французький тихоокеанський університет, який мав два кампуса (на Таїті і в Новій Каледонії). У 1999 році новий кампус став самостійним університетом, а основний став Університетом Французької Полінезії.

Університет Нової Каледонії – французький університет в Нумеа, відноситься до академії заморських територій. Університет безпосередньо розділений на 4 відділи:

- право, економіка та управління;
- філологічний, мов і гуманітарних наук;
- науки і технології;
- перепідготовка.

Вибір спеціалізації у сфері економіки, менеджменту, маркетингу, та бізнес-досліджень. Метою є коротке професійно-орієнтоване навчання.

Пропозиція будується відповідно до потреб території. В університеті здійснюється підготовка викладачів, щоб оскаржити майстер навчання «бізнес-освіти».

В рамках гармонізації європейської вищої освіти навчальні програми, курси французького університету організовані навколо трьох ступенів / дипломів: бакалавра, магістра та доктора.

DEUST в анімації і управлінні у сфері фізичної культури та спорту.

Навчання в університеті дозволяє збільшити міжнародну студентську мобільність, мобільність між професійними і загальними дисциплінами. Вважаємо, що важливий напрям вивчення проблем педагогіки туризму – це теоретико-методологічне обґрунтування інноваційних технологій підготовки фахівців для сфери туризму.



Розділ 3

Інноваційний потенціал туристичного досвіду університетів Франції

3. 1. Підвищення кваліфікації та перепідготовка кадрів для сфери туризму Франції

Обов'язковою умовою підвищення ефективної діяльності туристської галузі є формування кадрового резерву, організація його навчання, створення умов для самоосвіти і самовдосконалення.

В умовах ринкових перетворень економіки і реформування туристської галузі актуалізується необхідність підготовки відповідних спеціалістів та перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів.

Однією з важливих тенденцій, що визначатиме розвиток сучасного туризму, є раціональне використання та підвищення кваліфікації кадрів. Міжнародні стандарти вимагають від спеціалістів галузі туризму глибоких професійних знань, знання іноземної мови, правової підготовки, володіння новітніми технологіями організації туризму і обслуговування в туристських комплексах.

Виявлення рівня підготовки кадрів для потреб галузі та об'єктивний аналіз їх використання – необхідний крок до формування кадрового забезпечення туризму. Потреби інноваційного професійного мислення та нові форми туристської діяльності спричинили необхідність впровадження нових професій, таких як організатор туризму, соціальний аніматор, туроператор, рекреолог, маркетолог у туризмі, менеджер, туризмознавець тощо.

На думку багатьох провідних фахівців галузі, сучасний фахівець з туризму крім загальноекономічних знань повинен знати:

- географію туристських центрів;
- історію розвитку світового та вітчизняного туризму;
- основи гостинності;
- правове забезпечення туристсько-рекреаційної діяльності;
- релігії та культури народів світу;
- історію образотворчого мистецтва і архітектурних стилів;
- фольклор і етнографію;
- основи екскурсознавства;
- основи музеєзнавства;
- організаційно-правові та організаційно-технологічні аспекти функціонування активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, сільського).

А також порядок організації і технологію діяльності інформаційно-маркетингової служби у сфері туристичного готельного бізнесу. Це далеко не повний перелік знань фахівця з туризму, які повинні формувати сучасного спеціаліста.

Він також повинен мати високу ерудицію, знання людської психології, вміння використовувати наявний потенціал знань, тому що від цього залежатиме успіх його діяльності.

Мета післяуніверситетського навчання одна – підготувати високласного фахівця в області економіки і управління. Тому немає нічого дивовижного в тому, що в університетах нарівні з іншими є департаменти з аббревіатурою AIDE (aide – допомога).

Тут студент університету може пройти стажування за власним проектом і навіть відкрити власну справу (у цьому йому посприє регіональна рада підприємців).

Крім того, самі школи регулярно публікують пропозиції стажувань, календарі ярмарків вакансій, рекомендації по складанню CV і т.д. в спеціалізованих виданнях Figaro GEU (*Grands Ecoles et Universites*), Les Echos.

Навчання на диплом DESS – Французький аналог MBA – прирівнюється до третього, останнього циклу вищої освіти (аналог нашої аспірантури і кандидатського ступеня).

DESS отримують не тільки студенти, але і співробітники компаній, що уклали з своїм підприємством угоду про підвищення кваліфікації. Навчання за програмою DESS будь-якої спеціалізації орієнтоване на практику. Окрім безумовної корисності для студента, це ще і своєрідна «відповідь взаємністю» підприємствам, які відправляють співробітників на програми *formation continue* (так називається післяуніверситетська освіта); 3-4-місячне стажування включене в будь-яку програму DESS.

Обов'язкова умова для надходження – вища освіта (диплом *Maitrise*) з будь-якої спеціальності. Не менш важливий досвід управлінської роботи. В окремих випадках цей досвід може бути зарахований як перші чотири університетські курси. Французи вважають, що будь-який управлінець повинен знати основи

- стратегічного планування,
- аудиту і контролю,
- логістики,
- управління виробництвом,
- аналізу ринків і політики збуту,
- управління персоналом і соціопсихології менеджменту,
- фінансів і комерційного права.

Найбільш відомі і популярні наступні спеціалізації: управління підприємством, міжнародний маркетинг, дизайн і якість, управління персоналом, стратегія і керівництво малими і середніми підприємствами.

На диплом DESS зазвичай готують інститути управління підприємствами (*Institut d'Administration des Entreprises, IAE* – французький аналог бізнес-школ), які створюються при крупних навчальних закладах. Таких інститутів зараз у Франції 27, і вони достатньо рівномірно розподілені по всій країні. Це державні установи, і навчання тут повністю регламентоване Міністерством національної освіти.

Оскільки бізнес-спеціалізацій DESS в державному реєстрі більше 10, кожен інститут, піклуючись перш за все про рівень навчання, пропонує не все відразу, а в середньому 4-5 спеціалізацій. Держава у свою чергу стежить за тим, щоб в середньому по країні не виникало «профіциту» або «дефіциту» якої-небудь із спеціалізацій. Крім IAE, отримати французьку MBA можна ще і в бізнес-школах. Слід зазначити, що не так давно п'ять найбільш престижних французьких шкіл менеджменту, в їх числі Вища комерційна школа (HIC), Вища школа економічних і комерційних наук (ESSEC) і Вища комерційна школа Парижа утворили консорціум, в рамках якого можна за 2 роки отримати диплом MBA англійською мовою. Система підготовки фахівців туристичної сфери включає в себе як основний компонент підвищення кваліфікації та перепідготовку, що диктується потребами глобалізації всіх процесів у світі і відповідає потребам спільноти, яка обрала для свого розвитку і існування гасло «навчання протягом усього життя».

Інститут вищої освіти та досліджень в сфері туризму в Сорбоні здійснює в межах своєї Лабораторії туристичних досліджень вивчення різних аспектів туризму. Інститут залучає викладачів університету, дослідників, фахівців, а також і студентів, які знаходять там керівників своїх науково-дослідних робіт. Студенти мають все програмне забезпечення в рамках свого підрозділу і своїх дослідницьких робіт для вивчення проблем оптимізації, організації та управління туристичною діяльністю, вчать аналізувати його розвиток, складання і вибір туристичної політики, вибір партнерів туристичного сектора, туристичне прогнозування.

У сфері досліджень проводиться навчання для здобуття професійного державного університетського рівня диплома II (Бак + 3), відповідає положенням «Постанови Міністерства Народної Освіти» від 17 листопада 1997.

Програма та навчальний план для навчання в цій сфері були розроблені в партнерстві з підприємствами, туристичними, готельними органами, Інститутом вищої освіти та досліджень в сфері туризму Університету Париж 1 – Пантеон Сорбонна.

Вони встановили дипломи категорії «Професійна ліцензія» за спеціалізацією «Готельна справа і туризм», з двома напрямками: «Готельна справа» і «Туристичний розподіл».

На цей курс приймається лише 30 студентів для навчання протягом одного року.

Основні умови: навчання, стажування, продовження освіти.

Загальна сума практичних занять – 550 годин.

Мета навчання перебуває в призначенні підготовки фахівців, які зможуть у майбутньому зайняти пости менеджерів вищого рівня, тобто першого рівня управління підприємством. Основу його діяльності складають: прагнення формування команди та управління персоналом, організація і управління діяльністю підприємства.

Програма навчання підкреслює новий напрямок в управлінській діяльності – необхідну компетенцію в сфері туризму – необхідність відновленого комерційного підходу і інтегрування вживання нових технологій у всьому професійному полі.

Згідно з трьома сферами функціонування програми навчання випускники працевлаштовуються в сфері готельної справи, туристичного розподілу та територіального туризму.

Кандидати на отримання професійної ліцензії «Готельна справа і туризм» повинні мати один з таких державних дипломів про вищу освіту:

I. Диплом про загальну університетську освіту: економічна і суспільна адміністрація, право, економіка і управління, гуманітарні та суспільні науки, діловодство та іноземні мови, мистецтво (культурне посередництво і спілкування), точні науки (прикладна математика в соціології).

II. Диплом про науково-технічну університетську освіту: в управлінні, у комерційній та обчислювальній організації.

III. Диплом про закінчення технологічного університету: спеціальності юридичних напрямків, адміністративного і комерційного управління, управління підприємствами та службами, що відносяться до організації постачання і управління у сфері транспорту, інформатики, інформації / спілкування, контролю якості, послуг, методів реалізації.

IV. Диплом про вищу підготовку технічного працівника сфери обслуговування: комерційна справа, міжнародна торгівля, сфера продажів, готельна справа: «Маркетинг і готельне управління», «Туризм і відпочинок» (напрямок «Концепція – реалізація»), потім диплом про вищу підготовку технічного працівника місцевого туристичного управління (AGTL) і диплом про вищу підготовку технічного працівника в сфері продажів та туристичного виробництва.



На отримання відповідного диплома можуть розраховувати працівники сфери туризму і готельного господарства з метою

- змінити або добитися визнання своєї кваліфікації;
- підвищити свою професіоналізацію;
- змінити кваліфікацію всередині сектора у Франції або за кордоном;
- удосконалити практичні навички та теоретичні знання;
- отримати поглиблені та різноманітні знання інформаційних технологій у зв'язку з теоретичними правовими навчанням, менеджментом та економікою.

Практичне стажування на підприємстві здійснюється згідно з контрактом студента з підприємством, яким передбачається 35-35 годинний робочий тиждень і 16 тижневий випробувальний термін. Велика увага в інституті приділяється університетському і професійному опікунству. Кожен викладач залучений в опікунство 30 студентів. Контроль студентів та стажистів забезпечується викладачами і має такі форми:

- контроль діяльності та навчання студентів;
- візити викладачів на підприємство;
- збори координаторів з опікунами.

Професійне опікунство включає в себе діяльність призначених партнерськими підприємствами осіб, які мають відповідну освіту і досвід. Під час стажування студент вибирає собі тему майбутнього дослідження для написання дипломної роботи, яка відповідає профілю підприємства та особистим інтересам самого студента.

Всі перераховані вище параметри організації навчальної діяльності в Інституті вищої освіти та досліджень в туризмі повністю відповідають європейському виміру у сфері професійної освіти. Інститут здійснює різноманітні обміни, як між студентами, так і між викладачами:

- Технологічний Інститут;
- Факультет туризму і питання (Дублін – Ірландія);
- Університет Рея Жуана Карлоса;
- Факультет юридичних і соціальних наук;
- *дипломатура* з туризму (Мадрид – Іспанія).

Професійні партнери по створенню «професійної ліцензії» «Готельна справа і туризм»:

- Організація Туристичного Проектування у Франції;
- Департаментський Комітет з Туризму Івелін;
- Департаментський Комітет з Туризму Ессона;
- Регіональний Комітет з Туризму Іль-де-франс;
- Диснейленд в Парижі;
- Самохідні поромні круїзи у Франції;
- Гостинічний ланцюг «Конкорд»;
- Регіональне управління міжнародного готельного ланцюгу «Хілтон».

Ці підприємства вирішили взяти участь у спільній підготовці фахівців для своїх цілей відповідно до нових потреб суспільства в компетенції менеджерів першого рівня.

Комітет управління, що об'єднує всіх партнерів, забезпечує контроль «професійної ліцензії» за спеціалізацією «Готельна справа та туризм».

Підприємства та партнерські органи, так само як інші підприємства мають право втручатися різними способами в процес навчання:

- комісії, які проводять відбір кандидатів на навчання;
- участь в освітній діяльності;
- пропозиція контрактів для навчання або стажування;
- участь у контактах між університетом і підприємством;
- контроль проекту, опікунокство; спільне фінансування освіти; професійне включення.

Підвищення кваліфікації у сфері туризму надається практично у всіх вишах Франції.

В *Університеті ім. Блеза Паскаля в Клермон-Феррані* таке навчання на спеціалізації «Транспорт, туризм, готельна справа і сфера відпочинку» здійснюється протягом 1 року, з двома сесіями. Загальна кількість годин – 658. Для продовження навчання необхідна наявність диплома про загальну університетську освіту за відповідною спеціальністю. У даній сфері проводиться також перепідготовка та видається диплом магістра. Строк навчання 1 рік (434 години). Після отримання даних дипломів можлива наукова діяльність в цій сфері.



Університет ім. Монтеск'є Бордо IV і Інститут дослідження динаміки економічного розвитку здійснюють підвищення кваліфікації в докторських школах, де об'єднуються дослідні команди, докторське освіту і докторанти свого дисциплінарного поля.

У них дві основні мети: освіта студентів і професійна кооперація докторантів та докторів зі ступенем. Вони підтверджують координацію і співпрацю різних докторських шкіл і розвивають курси та семінари. Вони дозволяють докторантам зустрітися і обмінятися своїм досвідом.

Докторські школи також розвивають свої контакти з громадськістю для того, щоб дати докторантам і докторам всі засоби кращого професійного розвитку. Існує три докторські школи (право, економіка і управління, політичні науки) і 35 дослідницьких центрів (400 викладачів і наукових працівників) в Університеті Монтеск'є Бордо IV.

При чисельності населення в 700 000 жителів цей район приймає щорічно кілька мільйонів туристів. В 4-х університетах навчається 60000 студентів і працює 6000 викладачів.

Багатюща культура і природа даного району дозволяє розвивати в освіті такий напрямок як туризм в самих його різноманітних формах.

Особливу популярність користується спеціалізація «Управління туристичною діяльністю в громадських колективах» на факультеті економіки і управління в **Міжнародному інституті трудових і соціальних відносин в Діжоні**.



Професійна підготовка переслідує основні педагогічні цілі: готувати дипломованих фахівців, які володіють одночасно знаннями туристичного сектора, базових методів управління організаціями, юридичним, фінансовим статусом суспільної власності, що мають міцну лінгвістичну культуру для того, щоб бути здатними відповідати вимогам суспільства, яке прагне оцінити своє історичне, культурне і географічне надбання.

Випускники цього факультету знаходять застосування своїм умінням і знанням в службах, які забезпечують розвиток і управління туристичною та культурною діяльністю, адміністративно-територіальних утвореннях, консульських компаніях, асоціативних органах.

Навчання здійснюється в 4 напрямках: економіка, право, культура, комунікація.

Додатково читається курс різноманітних лекцій і дається курс практичної англійської мови. Практична діяльність здійснюється в туристичних організаціях та установах культури, де готується маркетинговий проект з наступною захистом. Стажування (3 місяці мінімум) дає можливість подальшого захисту диплома вищої спеціальної освіти.



Спеціалізація «Професії туризму і спортивного відпочинку» здійснюється на факультеті наукових методів фізичної і спортивної діяльності в **Університеті Монтмузард в Бургундії**, який існує вже 25 років, за які пройшли підготовку та перепідготовку 40000 студентів.

Ця спеціалізація є провідним розробником спортивних туристичних послуг та дозвілля всередині місцевих органів влади, територіальних, асоціативних структур і комерційних організацій. Мета підготовки фахівця: дати кваліфікацію менеджера спортивного дозвілля та \ або туризму в чотирьох специфічних типах компетенції:

- аналіз даних ринку туризму та дозвілля (знання ринку, кон'юнктури продовольчого ринку, ринку спортивного обладнання, рентабельності, якості, визначення ймовірних поліпшень і інновацій;

- розробка нового продукту в секторі туризму і \ або спортивного дозвілля;

- управління проектами в сфері туризму і спортивного дозвілля;

- сприяння здійсненню акцій на туристичному ринку.

Для продовження освіти можливе залучення різних верств населення в:

- *первісній освіті*: власники дипломів про вищу освіту в сфері економіки, транспорту, готельної справи, туризму та дозвілля / культурного туристичного проектування, управління, спорту, менеджменту фізичної і спортивної діяльності та спортсмени;

- *безперервній освіті*: набір стажерів проводиться головним чином з найманих робітників сектора туризму і спортивного дозвілля, проявили себе гідно на своєму робочому місці протягом п'яти років.

Освіта включає в себе блок теоретичних дисциплін (385 годин), проект (120 годин) і стажування (12-16 тижнів). Навчання передбачає заняття з теоретичних дисциплін у центрі підготовки та практику на підприємстві.

Велику роль при такому навчанні грає тьюторської система, яка дозволяє керівнику проекту визначати і оцінювати компетенцію студента, а також:

- ідентифікувати цілі освіти в навчальному центрі і на підприємстві;

- створювати сучасним системи відліку та інструментарій;

- визначати процедури оцінки і контролю стажистів;

- визначати зобов'язання кожного партнера і їхні стосунки.

Створення проекту протягом 120 годин має мету: посилити компетенцію стажера в одній з наступних сфер:

- маркетинг туризму та спортивного дозвілля;

- нові технології спілкування;

- створення та менеджмент проекту;

- організація та проведення заходів.

Університет Західної Бретанії в Кемпері здійснює підготовку фахівців за напрямом «Туризм», спеціалізація «Підвищення вартості культурних цінностей».

Навчання протягом 2-3 років. **Педагогічні цілі:**

- доповнити загальну освіту в історії, історії мистецтв, археології для того, щоб розглядати область архітектурного, мистецького та культурного надбання;
- дати знання про професійні сфери культури, надбання, туризму;
- оволодіти знаннями юридичного, фінансового та адміністративного середовища;
- опанувати інструментами, необхідними для практики професій культури (концепція, стимулювання, управління).

Випускники університету працюють в якості

- відповідальних або помічників культурної чи туристичної служби;
- відповідальних за стимулювання культурного туризму країни, міста, регіону у Франції або за кордоном;
- керуючих культурним сектором підприємства, асоціації, ради;
- експертів в питаннях захисту надбання і підвищення його вартості.

При підготовці фахівців за спеціалізацією «Професії водного спорту» педагогічна мета – поглиблення знань про сектор морської діяльності:

- технічні та технологічні знання у вітрильному спорті;
- педагогічне та дидактичне ноу-хау;
- психологічні, соціологічні та біологічні виклики, пов'язані з морською практикою;
- морська середа;
- універсальність в морській практиці;
- знання про підприємство в області водного спорту, економіки туризму;
- водний спорт в Європі.

Навчання здійснюється протягом 1 року. Випускники знаходять застосування своїм умінням і знанням в якості спортивних ведучих – викладачів; координаторів; тренерів; директорів малих підприємств.

Програма навчання складає 3 модуля і включає 484 години теоретичних та практичних занять, 120 годин відводиться на практику і 12 тижнів на стажування.



Університет Верхньої Бретанії на факультеті філології та соціології готує фахівців за напрямом «Гуманітарні та суспільні науки» спеціалізації «Історія мистецтв та археологія».

Мета освіти: дати базові знання в стародавніх, середньовічних, сучасних і чотирьох традиційних областях історії мистецтв, так само як в сфері естетики, археології, етнографії, туризму та культурного надбання. Вживаються студенти з дипломом бакалавра.

Термін навчання 2 роки. Програма передбачає вивчення блоку обов'язкових дисциплін та предметів за вибором. До обов'язкових дисциплін на першому році навчання відносяться дисципліни фундаментального циклу:

- «Сучасна історія мистецтв»;
- «Історія середньовічного мистецтва»;
- «Археологія»;
- «Методологія освіти»;
- «Історія мистецтв Британії»;
- «Методологія середньовічної іконографії»;
- «Методологія сучасної історії мистецтв»;
- «Методологія археології»;
- «Естетика»;
- «Етнографія».

Блок за вибором:

- «Давня історія»;
- «Сучасна історія»;
- «Сучасна філологія»;
- «Історія літератури»;
- «Англійська мова», «Німецька мова», «Іспанська мова», «Італійська мова»;
- «Історія релігій»;
- «Основи інформатики»;
- «Історія театру і кіно».

Середземноморський Університет Провансу на факультеті економічних наук та управління здійснюється моделювання стратегій туристичних підприємств за спеціалізаціями:

«Економіка туризму»,

«Економіка та управління у сфері туризму»,

«Економіка і соціологія в сфері туризму». **Вибір модулів:**

- «Туристичне обладнання і довгостроковий розвиток»;
- «Менеджмент туристичних підприємств»;
- «Туризм і розвиток»;
- «Туризм і культура»;
- «Туристична комунікація та маркетинг туристичних підприємств».

У зв'язку зі світовою конкуренцією і еволюцією туристичного попиту нова компетенція затребувана на туристичному ринку. **Мета освіти** полягає в тому, щоб дати доступ до професій туризму студентам, які мають хороші знання про виробничу діяльність у цій сфері та довели свої здібності до нововведень та аналізу туристичних проблем.

Випускники з дипломом про вищу спеціальну освіту за спеціалізацією «Економіка та управління у сфері туризму» займають керівні пости в громадських, державних організаціях, асоціаціях і приватних фірмах, які займаються проблемами туризму та дозвілля.

Керівники цих організацій несуть відповідальність про проекти туристичного розвитку за реалізацію туристичних продуктів, за керування місцевим або регіональним туристичним розвитком. Для продовження освіти по даній спеціалізації кандидати повинні мати дипломи магістра. Студент повинен вибрати між двома опціями спеціалізації – «Туризм і довгостроковий розвиток» і «Менеджмент у сфері туризму», складених з 7 модулів, серед яких 4 спеціальних для отримання диплома:

- I. «Туристичне обладнання і довгостроковий розвиток».
- II. «Менеджмент туристичних підприємств».
- III. «Економіка і соціологія в сфері туризму».
- IV. «Туристичне обладнання і місцевий розвиток».
- V. «Правові аспекти в сфері туризму».
- VI. «Виробництво та якість».
- VII. «Міжнародний туризм і подорож».



Інститут ім. Пуатьє: Будинок гуманітарних наук Університету ім. Франсуа Рабле в Турі готує фахівців за 7 напрямками:

- «Археологія»;
- «Географія»;
- «Антропологія»;
- «Інформаційні технології»;
- «Соціологія»;
- «Політичні науки» та «Історія».

Головна спеціалізація «Міста і території» вивчається тут фундаментально.

Освіта призводить до концептуального аналізу, до складання інструментарію, що дозволяє обробку питань, що відносяться до міста і до територій. Вона повинна привести до формування таких дослідників, які зможуть пропонувати експертизи та наукові дослідження в сфері сучасної міської цивілізації, які знаходяться в центрі сучасних політичних турбот держави. Диплом відкриває шлях до наукових досліджень і професіями територіального управління. Навчання ділиться на три види: загальне, обов'язкове і варіативної.

Навчання проводиться протягом 1 року – об'єм 150 годин.

Перший етап: 2 модуля по 25 годин у вигляді дводенних семінарів.

Перший зосереджений на представленні методів, які характеризують і структурують наукові підходи, якою б не була область застосування даної дисципліни.

Другий модуль відноситься до особливостей соціокосмічного предмета. Мета цього модуля полягає в тому, щоб представити різні дисципліни докторської освіти і визначати суть цієї дисципліни, а також питання науково-дослідної проблематики.

Модулі 1 і 2: тематичні модулі, уточнюються щороку. Перевірка знань є на 80% оцінка результатів дослідницького проекту і 20% оцінка за підготовлений диплом.

Спеціалізація «Спортивний туризм» в *Інституті ім. Пуатьє* дає можливість майбутнім фахівцям реалізувати себе в управлінні та адміністрації спортивних і туристичних організацій в якості помічника, агента, референта, координатора в області спортивного туризму.

Програма складається з циклів: Загальна освіта: 70 годин.

- Інформатика.
- Англійська мова.

Теоретичні та практичні дисципліни: – 200 годин.

- Тьюторської проект – 110 годин. Стажування – 12 тижнів.

Докторська Школа «Науки про людину і суспільство» – один з першорядних навчальних закладів, що ведуть дослідження в *Університеті ім. Франсуа Рабле в Турі*.

Ця тематика в центрі проблем сучасного суспільства, також на перетині політичного управління та фундаментального дослідження.

Спеціалізація «Міста і території» переслідує наукові і педагогічні цілі в деяких дисциплінарних полях гуманітарних і суспільних наук, зосереджених на міських і територіальних дослідженнях.

Програма включає в себе 6 дисциплінарних реквізитів:

- «Управління»;
- «Археологія»;
- «Географія»;
- «Історія»;
- «Інформаційні науки, комунікативна і політична наука»;
- «Соціологія і антропологія».

Претендентами на отримання такої освіти є працівники сфери туризму, міських адміністративних установ, територіальних управлінь з дипломами магістра в галузі історії, соціології, економіки, археології, географії, антропології, історії мистецтв.

Навчання дається протягом 1 року. Фундаментальне освіта – три типи освіти: загальне, обов'язкові дисципліни, варіантне навчання.

Диплом магістра за спеціалізацією «Цивілізація Ренесансу» пропонується для студентів з дипломом бакалавра в галузі історії, історії мистецтв, філософії, музики зі знанням англійської та італійської мов, які зможуть поглибити свої знання в багатьох областях. Загальний обсяг – 400 годин за трьома напрямками:

- основна дисципліна;
- багатопредметні освіта (палеографія, матеріальна бібліографія, латинська мова, гносеологія, загальна історія, віросповідання і релігійна практика, історія мистецтв, історія гуманізму, філософія Ренесансу, наукові методи дослідження, європейська література);
- інструменти дослідження (методологія, інформатика, іноземна мова: грецький / єврейський / іврит; спорт: фехтування, танець, кінний спорт).

Університет ім. Поля Валері в Монпельє при підготовці магістра «Наукові методи збереження культурного надбання» переслідує наступні *педагогічні цілі*: підготовка фахівців, здатних володіти всіма проблемами, які стоять перед суспільством в питаннях відновлення культурного надбання.

Зміст навчання: 1-ий рік: історія: історія мистецтв та археологія; географія, екологія та навколишнє середу; право і управління підприємствами культури; іноземну мову в професійному аспекті.

2-ий рік: етнографія, громадська пам'ять і місця пам'яті; методи зберігання та оцінки надбання; комунікація та культурні надбання; культурне міське надбання; туризм і надбання природи і культури; іноземну мову в професійному аспекті.

Перший рік: фундаментальна освіта, другий рік – чергування теоретичних занять і виробничої практики. Перспективи професійного зростання: архітектори-містобудівники, географи, художні історики та інші фахівці, які бажають спеціалізуватися на збереженні навколишнього середовища, місць розкопок, архітектурних і монументальних сукупностей і культурних творів будь-яких видів.



Громадська установа вищої освіти, створена в 1948, **Інститут політичних занять Університету Тулузи I Капітолій** навчає близько 1300 студентів, серед яких більше 800 отримують диплом європейського зразка; 150 з них іноземні студенти.

Спеціалізації «Міжнародні відносини та безпека», «Економіка міжнародного туризму», «Геополітика та міжнародні відносини», «Безпека, політика і суспільство» даються в Інституті політичних наук, де існують три дослідницькі центри:

- Науково-дослідний центр на політики (CERP).
- Центр Морріса Джаноуїтза (Безпека та міжнародні відносини).
- Лабораторія соціології та політики (LaSSP).



Організований Інститутом політичних наук та Співтовариством економічних наук *Університету соціології в Тулузі*, курс навчання для отримання диплома про вищу спеціальну освіту за спеціалізацією «Економіка міжнародного туризму» займає особливе місце в університетському навчальному плані. Фахівці даної професійної спрямованості знаходять застосування своїм знанням та вмінням в якості керуючих підприємствами сфери туризму. Дана спеціалізація дає освіту в професійній сфері в масштабах національної, європейської та міжнародної перспективи, а також в області інформатики, права та управління. Такий підхід сприяє інтегруванню дипломованих фахівців в міжнародному контексті сучасного ринку праці.

Теоретичні основи освіти зачіпають головні сектора міжнародного туризму: туристична діяльність, дозвілля, повітряний, наземний, морський транспорт, служби культури і захисту та охорони навколишнього середовища. Численні фахівці беруть участь у професійній підготовці фахівців. Паралельно дається курс іноземних мов, зосереджений на методах міжнародного туризму. Професійні стажування строком на шість місяців на підприємствах або в туристичних закладах, становлять істотний елемент освіти.

Стажування здійснюються, головним чином, за кордоном, не тільки в Європі, але також і в Латинській Америці, на Карибах, в Азії та в Африці.

Професійні перспективи досить широкі:

- професійні спеціалізовані організації (Торгово-промислові палати, Комітети з туризму, Туристичні Бюро);
- підприємства (готельні ланцюги, агенти з організації туристичних поїздок);
- підприємства, пов'язані з сектором туристичних послуг (банки, соціальне страхування, інформаційні служби, суспільства комерційного стимулювання, транспортні агентства, аеропорти, порти). Вони пропонують численні канали працевлаштування у функціях керівників виробництва, управління, маркетингу та туристичного планування.

Кандидатами для отримання диплома можуть бути студенти з дипломами магістра у сфері економіки, права, політичних наук, з дипломом Інституту політичних наук.

Магістратура *Університету в Анжері* за спеціалізацією «Туризм і готельна справа» протягом 3 років дає міжнародну освіту в області менеджменту готельної справи, туризму та сфери дозвілля. Вона передбачає вивчення модулів на англійській мові, де лекції читають професори з американських, австралійських і Південноазіатських університетів.

Університет підтримує активне партнерство з головними підприємствами туризму і готельної справи за кордоном, з іноземними центрами підготовки, що дозволяють обмін студентів. Майбутні фахівці зможуть знайти застосування своїм силам в наступних сферах діяльності:

- готельні ланцюги;
- підприємства притулку в сфері туризму;
- сфера ресторанних послуг;
- парки відпочинку та розваг;
- транспортні компанії;
- інформаційні системи;
- ярмарки, виставкові комплекси;
- агентства з організації та проведення громадських заходів;
- консультативні центри, конструкторські бюро;
- постачальники сектора послуг (обладнання, матеріали, продовольчі продукти);
- установи туризму, освіта в сфері туризму.

В нашому дослідженні проаналізовано головні етапи і завдання підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів для сфери туризму у Франції.

Тут також перераховані сфери професійного зростання.

Найсерйозніші зміни чекають світову економіку в період з 2010 по 2020 роки, коли будуть створені умови для повної інтеграції мільярдів людей на ринках, що розвиваються.

На думку деяких експертів, до 2020 року і кількість міжнародних ділових поїздок зросте в 3 рази, а їх вартість – з 564 млн. до \$1,6 млрд. у рік. При цьому оборот даного сектора збільшується в 5 разів – з \$400 млрд. до 2,0 трлн.

Відповідно до даного прогнозу, в туристичній галузі передбачається збільшення обсягів продаж і бронювання авіаквитків, а також продаж окремих сегментів туру корпоративному клієнту для організації ділової індивідуальної поїздки (розміщення в готелі, оренда автомобіля, отримання медичної страховки і т.д.).

Таким чином, туризм, будучи міжгалузевим сектором, чутливо реагує на будь-які зовнішні зміни, швидко адаптується до нововведень, оперативно освоює нові інформаційні технології, чітко слідує за змінами в світовій економіці, швидко реагуючи на зміни в попиті.



3.2. Особливості іншомовної професійної підготовки фахівців у сфері туризму Франції

Якісні зміни в характері міжнародних зв'язків та його розширення, інтернаціоналізація всіх сфер суспільного життя робить володіння іноземною мовою нагальною необхідністю практичної та інтелектуальної діяльності людини. Ця обставина стає істотним фактором соціально-економічного, науково-технічного та загальнокультурного прогресу суспільства і вагомим способом міжнародної інтеграції.

Освітня політика Ради Європи в сфері іноземних мов розробляє свою концепцію.

Все це підвищує статус іноземної мови як загальноосвітнього і професійного навчального предмета у вищому навчальному закладі туристичного профілю.

Політика уряду відображена в документі про освітній реформі 1988 року в Франції, де говориться, що предмет «Сучасні іноземні мови» в Національній

Програмі повинен підтримувати різноманітність володіння іноземними мовами, пропонуючи більш широкий вибір вивчення першої іноземної мови.

Особливої популярності набуває тенденція вивчення майбутніми фахівцями туризму іноземної мови, оскільки, лише занурюючись у мовне середовище, можна швидко подолати мовний бар'єр і почати вільно спілкуватися. Крім того, перебуваючи в адекватному мовному середовищі, ті, хто вивчає і опановує практику туризму, мають можливість ознайомитися з культурою, побутом, традиціями та іншими реаліями країни, мову якої вивчають. Це сприяє кращому засвоєнню обґрунтованих лінгвокраїнознавчих знань про конкретну країну.

Система туристської освіти Франції враховує досвід багатьох європейських країн, в першу чергу Великобританії, так основною іноземною мовою на всіх спеціалізаціях туристичного профілю є англійська. Поглиблення базових знань з двох іноземних мов (англійська мова обов'язкова) є неодмінною умовою для досягнення майстерності у володінні цими мовами, що, в свою чергу, є неодмінною умовою для роботи і перебування за кордоном і для подальшого інтегрування на підприємстві там; для встановлення прямого контракту з економікою та управління підприємством.

Необхідно мати диплом бакалавра або його еквівалент. Особливе значення в Інституті вищої освіти та досліджень в сфері туризму в Сорбоні приділяється іноземним мовам англійській мові міжнародного спілкування.

Інтегрування англійської мови в модулі професійної підготовки підкреслює роль англійської мови як засобу професіоналізації. Основне місце в навчанні за спеціалізацією «Туризм» в університеті займає стажування в країні, що вивчається.

Студенти повинні здійснити лінгвістичне перебування строком на чотири тижні мінімум протягом першого року навчання. Студенти, що переходять на другий рік навчання і мають відмінні оцінки можуть бути звільненими від «перебування» за кордоном, якщо вони вже здійснили таке перебування протягом своєї попередньої вищої освіти. Вони повинні скласти також звіт на іноземній мові. Випускники університету орієнтуються на наступну професійну діяльність перекладачів в сфері міжнародної торгівлі; туризму; ведення діловодства; журналістики; імпорту-експорту. Фахівці отримують спеціальний диплом про вищу освіту, який дає можливість не тільки здійснювати професійну діяльність, але і продовжити навчання.

Лінгвісти, які отримали освіту в університеті в даній сфері з даним дипломом продовжують навчання за спеціалізацією в сфері міжнародної торгівлі і туризму для отримання диплома магістра. Це навчання носить більш теоретичний характер.

Стажування займає 12 тижнів зі звітом на іноземній мові про дослідження методів функціонування іноземних або спільних підприємств у Франції або за кордоном.

Диплом магістра за спеціалізацією в даній сфері дає можливість продовжити професійну підготовку для отримання диплома про вищу освіту в сфері туризму, міжнародної торгівлі та журналістики. Найсучасніше пропозицію в сфері іноземних мов – це спеціальність «Управління туризмом та міжнародними відносинами», де поряд з іншими дисциплінами основна увага приділяється англійській та іспанській мовам.

При підготовці фахівців в даній сфері різні фахівці – економісти, юристи, лінгвісти – взаємно доповнюють свої знання.

В *Тулонському Університеті* проводиться підготовка фахівців у сфері культури та іспанської цивілізації (Латинської Америки). Університет має тісні зв'язки за програмою «Ерасмус» з університетами в Іспанії: Барселоні, Авілі, Севільї, Саламанці та іншими.

За напрямом «Туризм», спеціалізація «Менеджмент» готуються фахівці зі знанням двох іноземних мов для успішної кар'єри в сфері туризму.

Підготовка фахівців повинна дати можливість майбутнім професіоналам вільно орієнтуватися в питаннях управління підприємствами туристичної сфери, питаннями збуту туристичного продукту, формуванням та освоєнням туристичних ринків, питаннями зовнішньої й внутрішньої політики в сфері туризму. Випускники університету також можуть працювати консультантами у місцевих та регіональних органах управління.

У сфері туризму є ще одна спеціалізація, навчання за якою дає право на отримання державного диплома національного гід-перекладача. Для вступу на цей курс необхідна наявність диплома бакалавра. Термін навчання – 1 рік. (552 годин).

В *Університеті Париж XII Валь-де-Марн* за спеціалізацією «Міжнародне управління туризмом» готують фахівців, здатних вирішувати питання управління туристичними підприємствами та оцінки туристичного надбання з ухилом в лінгвістичну, економічну і правову сферу. Для цього особлива увага приділяється навчанню іноземним мовам, в першу чергу, англійській, німецькій та іспанській, а також голландській, каталонській, польській, італійській і російській. Загальний обсяг навчальних годин – 400. Професійний проект та стажування на зарубіжному підприємстві, а також 3-х місячна практика на партнерському європейському підприємстві в рамках програми «Ерасмус-Сократ».

Спеціальний диплом дає право трудитися не тільки в сфері туризму та міжнародної торгівлі, а й у сфері освіти, управління та адміністрування.

В даному навчальному закладі вводиться такі дисципліни як

- «Ділова англійська мова» в сфері туризму (теоретичні дослідження у сфері туризму, пам'яток культури, здатність представити туристичний продукт цілком),
- «Ведення переговорів англійською мовою» (придбання умінь вести переговори, знайомство зі спеціальною лексикою, рольові ігри, вміння орієнтуватися у культурних розбіжностях, вивчення повсякденного життя, звичаїв і культурних особливостей),
- «Діловодство і кореспонденція англійською мовою» (вивчення різновидів ділових листів, факсів, мемос, телеграм, телефаксів, сучасних засобів комунікації, туристичної кореспонденції, бронювання місць, конкурсне розміщення замовлень, рекламна пропозиція, інформація про поїздки, рекламація; виборче розуміння і маркетинговий аналіз туристичних документів;

▪ навчання в поданні описів різних типів поїздок або туристичних пропозицій; коротка ревізія граматичних структур та лексичних одиниць, пов'язаних з туризмом).

Точно такі ж дисципліни читаються німецькою та іспанською мовами.

У місті Девро Валь на кінному заводі «Сосни» разом з Торгово-Промисловою Палатою створена Асоціація з питань туризму, яка займається стажуванням фахівців, що спеціалізуються в знаннях іноземних мов (англійська, іспанська, німецька). Тут готують гідів-перекладачів для прийому 75000 туристів на рік для огляду визначних пам'яток в районі замку Св. Леонарда і занять кінним спортом.



Франсійський Інститут проектування послуг за спеціалізацією «Перекладач» ставить за мету підготовку фахівців для здійснення міжнародної діяльності в сфері туризму.

Випускники університету здійснюють керівні функції на туристичних підприємствах та установах культури. Обсяг навчальних годин – 1080. Випускники орієнтуються на професійну діяльність перекладачів в сфері міжнародної торгівлі; туризму; ведення діловодства; журналістики; імпортно-експортної діяльності.

Фахівці отримують диплом про спеціальну вищу освіту, який дає можливість не тільки здійснювати професійну діяльність, але і продовжити навчання. Лінгвісти, які отримали освіту в університеті з таким дипломом продовжують навчання за спеціалізацією в сфері міжнародної торгівлі і туризму для отримання диплома магістра. Це навчання носить більш теоретичний характер. Стажування займає 12 тижнів зі звітом на іноземній мові про дослідження методів функціонування іноземних або спільних підприємств у Франції або за кордоном.

Диплом магістра за спеціалізацією в даній сфері дає можливість продовжити професійну підготовку для отримання диплома про вищу освіту в сфері туризму, міжнародної торгівлі та журналістики. Спеціалізація «Перекладач» дає освіту, санкціоновану дипломом, який відповідає трьом цілям: науковим, діалоговим, професійним. Вона має дозволити майбутнім фахівцям стати ініціаторами історичної та культурної якісної туристичної пропозиції, взяти участь у поширенні французької культури.

Наукові цілі полягають в прагненні придбати широкий кругозір в сфері культури, заснованої на знанні історичного, художнього, літературного, географічного надбання Франції та Європи. Діалогова мета – це прагнення збагатити сферу спілкування французькою і на двох іноземних мовах (обов'язкова англійська мова і 2-а мова за вибором) і дозволяють дізнатися історію цивілізації і соціокультурне середовище багатьох країн.

Професійні цілі дають кваліфікацію високого рівня в галузі туристичного напрямку:

- переговори з платниками податків;
- аналіз очікувань туристів;
- управління виданням навчальних посібників, пов'язаних з прийомом;
- програмуванням туристичних дій;
- пошук та експлуатація культурних та туристичних ресурсів;
- подання і використання інформаційних інструментів;
- використання Інтернету та мультимедійних засобів.

Випускники університету з 1999 працевлаштовуються в структурах Європейського Співтовариства для супроводу іноземних та французьких туристичних груп. Освіта включає 600 годин з жовтня по червень, а потім 2 місячна стажуванням. Кандидати на отримання відповідної освіти повинні мати дипломи кваліфікаційного рівня бакалавра в сфері історії, історії мистецтв, археології, філософії, літератури.

Випускники університету з 1999 працевлаштовуються в Європейському Співтоваристві для супроводу іноземних та французьких туристичних груп.

Навчання включає 600 годин, а потім 2-х місячне стажування.

Кандидати на отримання відповідної освіти повинні мати дипломи кваліфікаційного рівня бакалавра в сфері історії, історії мистецтв, археології, філософії, літератури.

В **Університеті Реймса** велика увага приділяється вивченню іноземних мов на всіх спеціалізаціях: «Туризм і подорож», «Міжнародний туризм», «Перекладач».

Основною іноземною мовою є англійська, друге місце займає німецька, потім йдуть іспанська і італійська мови.

Університетський Інститут професій мистецтв, культурного надбання і туризму ім. П'єра Мендес-Франса в Греноблі II має призначення готувати національні та міжнародні кадри в сфері різних професій, пов'язаних з туристичною оцінкою культурного надбання. Наукова якість освіти та її адекватність очікуванням і еволюції суспільних кіл сфери культурного і природного надбання і туризму гарантовано Вищою Радою Франції.

Після закінчення навчання видаються різноманітні дипломи: диплом про вищу спеціальну освіту, бакалавра, магістра. У цьому інституті обов'язковим є вивчення трьох іноземних мов, деяких курсів англійською мовою і програмами третього року в більшості своїй орієнтованими на навчання за кордоном.

Крім того, студенти мають можливість продовжити освіту протягом одного або двох семестрів третього року навчання в одному з університетів Європейського Союзу, з якими Університет уклав угоди про співробітництво.



Університет Кан Нижня Нормандія пропонує широку і фундаментальну підготовку фахівців зі знанням трьох мов: французької та двох іноземних (німецької, іспанської, італійської та російської). Така підготовка відповідає вимогам підприємств в секторах торгівлі, туризму, управління та адміністрації. Навчання включає два семестри, в кожному з яких пропонується декілька модулів на вибір; три сесії. Після отримання спеціального диплома про вищу освіту фахівець може продовжити своє навчання в одному з європейських університетів (Англії, Іспанії, Італії та Німеччини). Випусник отримує кваліфікацію магістра за спеціалізацією «Експерт з європейських проектах» і може працювати в якості перекладача або експерта в сфері освіти, управління, туризму, дозвілля і торгівлі.



Паризький Інститут Європейських знань ставить перед собою мету – здійснювати підготовку кадрів європейської проблематики для секторів культури, туризму, міжнародних відносин, культурного менеджменту підприємств, громадських або приватних, адміністративно-територіальних утворень, інформації та журналістики.

Освіта складає 1500 годин. Вона здійснюється за 2 роки і включає: 1440 годин загального курсу і 60 годин стажування. Дослідницькі напрямки: докторські ступені за напрямками досліджень: «Європейське будівництво: геополітичні, економічні та соціокультурні цілі», «Теорії політики та соціальні відносини». Необхідним є Диплом про вищу спеціальну освіту «Менеджмент в сфері культурної Європи» та Конкурсний набір Європейської Комісії територіальних, національних та міжнародних державних управлінь.



Вірний своїм гуманістичним традиціям, **Університет Тулуза II Лё-Мірай** дає сучасну освіту в областях філології, мистецтв, іноземних мов, гуманітарних і суспільних наук і навіть природних наук. Університет пропонує дипломи всіх рівнів від диплома про вищу освіту, магістра до доктора філософії. Університет особливо прагне розвивати дуже важливий аспект освіти – іноземні мови.

Університет готує фахівців за спеціалізаціями:

- готельна справа і туризм;
- переклад і посада усного перекладача;
- освоєння території;
- прикладна соціологія;
- психологія;
- культурне надбання.

Центр наукових досліджень, урочисто відкритий у вересні 1994, був задуманий для здійснення наукової політики Університету в галузі філології та іноземних мов, гуманітарних і суспільних наук. Університетський центр активно співпрацює з Національним науково-дослідним центром, що об'єднує адміністративні, технічні та фінансові структури, які сприяють перетворенню міста Тулуза в науковий центр не тільки Франції, але і Європи.

Інститут мистецтв, культурного надбання і туризму Університету Артуа вважає своїм призначенням готувати національні та міжнародні кадри різних професій, пов'язаних з туристичною оцінкою культурного надбання. Наукова якість освіти та її адекватність очікуванням і еволюції суспільних кіл в сфері культурного надбання і туризму гарантовано Вищою Радою Франції. Ця Рада, очолювана видатним фахівцем в даній сфері, складена в паритеті викладачів і фахівців. Університетське навчання здійснюється протягом трьох років. Воно поєднує, в майже рівних пропорціях, університетську освіту і професійне навчання. В силу цього, Університет запрошує багатьох представників Франції та інших країн – фахівців відповідних сфер діяльності. Крім того, кожен дослідницький рік включає одну або декілька обов'язкових стажувань.

Основні дипломи: диплом про вищу спеціальну освіту, бакалавр, магістр в сфері мистецтв, культури і туризму. Міжнародна спеціалізація вимагає вільне володіння іноземними мовами. Тому на цих спеціалізаціях вивчається декілька іноземних мов, в першу чергу – англійська мова.

Крім того, студенти мають можливість продовжити освіту в одному з європейських університетів. Стажування за кордоном рекомендується.



В **Університеті Нанта** додаткову освіту в сфері іноземних мов (обов'язкове вільне володіння двома іноземними мовами) було вперше введено в 1991 році з ініціативи Клода Аллегр, спеціального радника Ліонель Жоспен.

Йшлося тоді про те, щоб підготувати в рамках університету та в тісній співпраці з професійними колами відповідальних і операційних кадрів, які мають одночасно теоретичний і практичний підхід у своїх сферах діяльності.

У стратегічному плані введення такої нової форми освіти на 3 роки дозволило наблизити системи освіти Франції до системи європейського стандарту, близької до німецьких Fachhochschulen і до англійських Polytechnics. Сьогодні існує приблизно 320 напрямків, за якими навчаються кожен рік понад 35 000 студентів, розподілених у 26 областях освіти, в таких як цивільне будівництво, продовольче постачання, біохімія, механіка і сфери обслуговування – менеджмент, управління, зв'язок, туризм і т.д.



Велика увага в **Університеті Орлеана** приділяється вивченню іноземних мов на філологічному факультеті на спеціалізаціях в сфері іноземних мов, літератури та історії цивілізацій. Традиційно орієнтований на освітню кар'єру, спеціалізація в сфері іноземних мов важлива для державної служби, культури, туризму, документації на підприємствах.

Багатопредметний курс професійної орієнтації приваблює можливістю вивчення двох іноземних мов: англійська, німецька, іспанська, італійська, японська мова в різних поєднаннях. Це додаткова універсальна освіта в управлінні, торгівлі, туризмі.



Університет Ліон II ім. Люм'єра пропонуючи спеціалізацію «Національний диплом гда-перекладача», передбачає 614 навчальних годин для підготовки висококваліфікованого перекладача в рамках реальної компетенції у сфері культури і туризму, володіючи трьома іноземними мовами. Друга спеціалізація – «Туризм, культурне надбання і дозвілля».

Головна мета полягає у тому, щоб готувати професійні кадри для середньої ланки управління, які бажають втрутитися у створення, реалізацію, посередництво і розподіл туристичних продуктів, вмюючи ідентифікувати і включити культурну та екологічну специфічність пропозиції та запиту в європейський контекст. Розглянуті професійні сектора: менеджер у сфері туризму, відповідальний за обслуговування туристів, за посередництво, керуючий в сфері готельного господарства.

Університет Анже і Університет Марн-ла-Вале дають Державний Диплом Гда-перекладача (GIN): Освіта Бак + 3, організована на 1 рік. Рівень Licence.

Підготовка багатоцільових гдів-перекладачів, здібних забезпечити подання, переклад та надання туристичного значення національної спадщини.

Диплом присвоює державну кваліфікацію необхідну для отримання професійної ліцензії гда-перекладача необхідної для ведення професійної діяльності гда на всій території держави.

Освіта, що передбачається державним дипломом гда-перекладача та спрямована на підготовку майбутніх гдів в науковому, комунікативному та професійному плані. Мова йде про набуття широкого культурного діапазону оснований на знанні сучасної культури та історичної, художньої, літературної, географічної спадщини Франції та Європи. Підготовка спрямована на те, щоб

- дозволити студенту аналізувати весь спектр цивілізацій з різних історичних періодів;
- оволодіти хронологічними та географічними орієнтирами;
- вивчити головні історичні художні напрями, літературні та філософські рухи;
- визначити значущі культурні місця;
- оволодіти методологію спостереження та аналізу пейзажів;
- дозволити студенту розумітися на культурі іноземних країн;
- врозумити весь спектр загальноновизнаних культурних даних та оволодіти комунікативними ситуаціями пристосованими для відповідних країн.

Ця підготовка спрямована на збагачування здібностями у спілкуванні французькою та двома іншими сучасними іноземними мовами (одна з яких англійська).

Професійна підготовка спрямована на отримання кваліфікації високого рівня у справі туристичного гда, яка дозволяє студентам та майбутнім державним гдам-перекладачам взяти відповідальність за будь-яку групу французьких чи іноземних туристів, у Франції чи в Європі, в місцях відвідування, на громадський шляхах, на автотранспорті, у містах.

Майбутні державні гди-перекладачі будуть зобов'язаними зуміти проаналізувати поведінку туристичної клієнтури, французької та іноземної, керувати ланцюгом послуг зв'язаних з прийомом, супроводженням, саме працею гда, програмування та забезпеченням відвідувань, схемами, маршрутами та бути в змозі використовувати культурні та туристичні ресурси, грати роль посередника меж культурною спадщиною та суспільством.

Підготовка триває один рік. Вона організована у два семестри (з жовтня по січень та з лютого по червень). Оцінювання відбувається у двох сесіях. Дисципліни акумулюються, що дозволяє працюючим студентам вільно будувати свій навчальний термін. Практичні курси та виходи на місце, такі як «Методологія техніки праці гда» проводяться професійними гдами, які працюють у Франції та в Європі.

Численні інші курси розподілені між фахівцями з туризму, культури та культурної спадщини. Стажування на підприємстві відбувається у зв'язку з професійним проектом студента. Перша коротка практика проходить під час весняних канікул. Вона задумана як перше «занурення» студента до фаху гід-перекладача, після якого йде довга практика, терміном на два місяці, під час квітня та серпня місяців. Вона може відбуватися при історичному пам'ятнику чи місці, у автотранспортній компанії Франції чи Європи. Багато видів діяльності (екскурсії, виходи, заходи, події) передбачені в рамках навчання.

Програма виходів на місце розрахована у середньому раз на тиждень, пішки чи на машині, спрямована на те щоб регулярно ставити студентів у професійні ситуації справи гід.

Ці виходи покривають головні туристичні області Франції. Наприкінці року одна навчальна подорож часто відбувається за кордоном (Германія, Іспанія).

Студенти-гід-перекладачі, що закінчили університетський рік мають можливість записатися до IUP «Управління у сфері туризму та готельного господарства».

Отримання дисциплін з маркетингу та управління дозволяє їм закінчити навчальний рік IUP II (Бак +3) та оволодіти знаннями у сфері туризму. Студенти, які можуть довести, завдяки їхній попередній освіті, свої знання в управлінні та маркетингу, зможуть після закінчення GIN, записатися до магістратури «Управління у сфері туризму та готельного господарства» та отримати ступень магістра управління у цей сфері.

Підготовка державних гід-перекладачів адресована так саме й до гідів професіоналів, які здійснюють свою діяльність на місцях, чи як гід супроводу та які бажають розширити можливості своєї діяльності до рівня усієї державної території.

Запис до підготовки GIN відкритий за прийомним екзаменом, для власників державних дипломів передбачається два роки освіти після ступеня бакалавра у наступних областях: історія мистецтва, археологія, культурне посередництво, комунікація та туризм-відпочинок-прийом-розважання. Вона також передбачає, подовження навчання, для працюючих осіб після оцінки їхньої освіти, професійного досвіду чи особистих надбань.



В *Міжнародному інституті трудових і соціальних відносин в Діжоні* є спеціалізація «Загальна лінгвістична освіта», навчання за якою складає 120 годин. Там є інтенсивне вивчення англійської та іспанської мов в професійному орієнтуванні в сферу туризму.

В *Університеті ім. Блеза Паскаля в Клермон-Феррані* на спеціалізації «Економічний розвиток туризму і повсякденність» обов'язково вивчення кількох іноземних мов. Перше місце, серед яких, займає англійська мова.

В якості другої іноземної мови є німецька, іспанська, італійська, російська.

В нашому науковому дослідженні проаналізовано фундаментальна підготовка кадрів з іноземних мов для сфери туризму.

Глибокий аналіз даної проблеми підтверджує той факт, що в сучасних умовах розвитку галузі туризму компетенція в сфері іноземних мов є важливою складовою загальної професійної компетентності фахівця для сфери туризму.

Основне місце в навчанні за різноманітними спеціалізаціями у сфері туризму займає стажування в країні, що вивчається. Студенти повинні здійснити лінгвістичне перебування строком на чотири тижні мінімум протягом першого року навчання.

Студенти, що переходять на другий рік навчання і мають відмінні оцінки можуть бути звільненими від «перебування» за кордоном, якщо вони вже здійснили таке перебування протягом своєї попередньої вищої освіти. Вони повинні скласти звіт на іноземній мові.

Бакалаврських програм, які викладаються англійською мовою французькими вищими навчальними закладами, зовсім мало.

Ступінь бакалавра з туризму пропонує відділення Інституту Ватель (Institut Vatel) в Ліоні. Туризм, як багатогранна галузь, є однією з найперспективніших галузей світової економіки, важливою суспільною площиною спілкування людей.

Проте, одним з актуальних поглядів на туризм не тільки в Україні, а й в світі є визнання туризму як освітнього простору, в якому відбувається багатовекторний розвиток людини на основі загальнолюдських моральних та етичних принципів у межах регіональних та національних традицій в інтересах особистості, суспільства і держави.

Природно, що в цій галузі зосереджуються найрізноманітніші проблеми історії, філософії, соціології, екології, політології, культурології, економіки, права та інші. Туризм є важливим чинником «народної дипломатії», взаємозбагачення культур народів світу, позитивним фактором для охорони навколишнього середовища.



В **Університеті ім. Поля Верлена-Мец** за спеціалізацією «Мовна комунікація» дається поглиблене вивчення іноземних мов (англійська – перша, друга за вибором з німецької, іспанської та італійської) з професійною орієнтацією в сферу туристичного менеджменту та маркетингу, а також сфери культури та історії.



В **Університеті ім. Сержа-Понтуаз** на спеціалізації «Управління в сфері міжнародного туризму» і «Готельна справа і туризм» обов'язково вільне володіння двома іноземними мовами (англійська, німецька, іспанська), хороше розуміння третьої мови (німецька або іспанська мова – спочатку, голландська, каталонська, португальський або італійська).

В університеті читаються різноманітні курси по спеціалізації «Туризм і культура». Наприклад, курс лекцій «Геополітика та геостратегія» – 20 в тиждень на англійській мові. Сучасний курс «Менеджмент і готельне управління» в порівнянні французького та англосаксонського обліку.



Дорога в Понтеаз - Сазанн

3. 3. Пріоритетні напрями підготовки кадрів для сфери туризму на сучасному етапі

На початку третього тисячоліття на тлі інтенсивного розвитку туристичного бізнесу на планеті, в тому числі і в Україні, все очевиднішим стає той факт, що професійно, а значить, ефективно займатися туризмом без наявності спеціальної освіти складно, а в сфері обслуговування клієнтів, наприклад, просто неможливо. Проте, в даній сфері діяльності існують великі проблеми з підготовкою фахівців, які відповідають сучасним потребам галузі.

В силу стрімкого світового розвитку туристичної галузі існуючі в Україні стандарти і методика визначення якості підготовки фахівців вимагає значних змін.

Вищі навчальні заклади готують фахівців сервісної орієнтації, менеджерів, орієнтованих на управління поточною діяльністю в туристської і готельної сфері.

Необхідна розробка національних освітніх стандартів, адаптованих до вимог міжнародних стандартів професійної туристської освіти, що забезпечують підготовку українських кадрів для управління розвитком національного туризму як галузі економіки.

У країні створена мережа навчальних закладів туристичного профілю, які належним чином готують кадри для своєї галузі. Але їх випуск повністю не задовольняє потребам ринку. Тому все більша кількість непрофільних вишів отримує ліцензії на підготовку кадрів з туристичних спеціальностей.

Якщо існує велика кількість навчальних закладів для галузі, то виникає закономірне питання розробки єдиних вимог, що пред'являються до кваліфікаційних характеристик туристської освіти – питання розробки так званої «моделі» фахівця для галузі туризму.

Темпи приросту ВВП в країні зростають, і у людей зростає заробітна плата, з'являється більше вільного часу, що і є передумовою активізації їх участі в туристському русі. І фахівці повинні зуміти не тільки привернути, але і кваліфіковано обслужити туристів.

Це включає уміння не тільки готельного, транспортного та ресторанного обслуговування, а й уміння надати ряд додаткових, але не менш важливих послуг: з організації дозвілля туристів, їх оздоровлення і отриманню позитивних емоцій, ознайомленню з культурою і традиціями відвідуваних країн, надання юридичної та психологічної підтримки і т.д.

Потреби сфери туризму в нових умовах значною мірою зосереджені на необхідності адекватного кадрового забезпечення всіх напрямків розвитку, видів і форм туризму.

Основне протиріччя тут полягає в багатопрофільному характері туристичної діяльності, яка, з одного боку, має потребу в кадрах різних професій, спеціальностей, кваліфікацій, а з іншого – в принципово нових технологіях обслуговування туристів і екскурсантів, потреби в яких виникають по мірі розвитку суміжних галузей народногосподарського комплексу і формування фахівців з суміжних видів професійної діяльності.

Основними соціально-професійними групами працівників туризму є господарсько-економічні керівники (менеджери), фахівці і технічні виконавці.

Для України проблема удосконалення системи підготовки професіоналів для сфери туризму має особливе значення у зв'язку з тим, що розвиток туризму, як це зазначається в державних документах останнього часу, визнано пріоритетним напрямом в державі і суспільстві.

Україна має вагомі об'єктивні передумови для того, щоб в стислі терміни увійти в число найбільш розвинених туристичних країн світу.

Займаючи вигідне геополітичне положення, вона з незапам'ятних часів є перехрестям транспортних та людських потоків з Півночі на Південь і з Заходу на Схід. Україна володіє величезним туристично-рекреаційним потенціалом, а саме: сприятливі кліматичні умови, багатство флори і фауни, розгалужена мережа транспортних шляхів, унікальні культурно-історичні пам'ятки, досить розвинена індустрія подорожей і система гостинності.

Україна – одна з перших країн світу, де запроваджено національний День туризму, а кілька її організацій, зокрема Київський університет туризму, економіки і права (КУТЕП), є членами Ділової ради Всесвітньої туристської організації (ВТО).

Питаннями розробки методик підготовки кадрів для туристичної галузі займався ряд українських та російських вчених (Федорченко В.К., Зорін І.В., Гараніна Е.Н., Зязюн І.А., Квартальнов В.А., Кнодель Л.В. та т.д.), але сучасні тенденції розвитку суспільства постійно висувають досить жорсткі вимоги до організації та змісту процесу підготовки фахівців для сфери туризму: швидкими темпами розвиваються комп'ютерні технології, з'являються нові професії, туристи стають все більш обізнаними, а значить і більш вимогливими. Все це дозволяє належним чином оцінити значення нашої роботи для нинішнього періоду.

Чисельність працівників туристичних підприємств України складає близько 60000, а з урахуванням інших галузей народного господарства, які беруть участь в обслуговуванні туристів (транспорт, готельний бізнес, торгівля, зв'язок, розваги і ін. – за розрахунками ВТО налічується понад 100 таких галузей) ця цифра сягає 1,8-2 млн. чоловік. І, як показує досвід останніх років, ця цифра продовжуватиме зростати. Тому питання кадрового забезпечення сфери найближчим часом буде в нашій країні стояти досить гостро.

У нових економічних умовах в Україні використання досвіду підготовки фахівців сфери туризму однієї з найбільш розвинених країн Європи і світу – Франції – на сучасному етапі може сприяти вдосконаленню вітчизняної практики даної сфери, допоможе уникнути багатьох помилок, заощадити час і матеріальні ресурси. Навчальні заклади, створені в останні роки в Україні, намагаються в деякій мірі вирішити цю задачу. Проте всі вони знаходяться в стадії формування і пошуку свого шляху розвитку.

Ось чому безцінний досвід стрункої і гнучкої системи підготовки фахівців сфери туризму у Франції може виявитися дуже важливим і навіть необхідним на шляхах становлення системи професійної освіти в нашій країні. Важливе місце в навчальних планах і програмах повинні зайняти такі загальноосвітні предмети, як психологія, соціологія, історичні, географічні, економічні науки та спеціальні туристичні дисципліни.

В Україні, як правило, спеціальна професійна підготовка не затребувана.

У низці нормативних документів вона замінюється досвідом роботи на туристичному підприємстві (такі вимоги висуваються при проведенні сертифікації і ліцензуванні туристичних підприємств і готелів).

У міжнародній практиці використовується Міжнародна стандартна класифікація професій (МСКП-88), іноді звана Міжнародною стандартною класифікацією занять (МСКЗ). МСКП-88 використовується для порівнянності даних в економічній статистиці, статистиці галузі, а також для створення національних класифікацій професій, занять і посад. Класифікаційною одиницею при цьому є професія, яка визначається як сукупність завдань і обов'язків, що виконуються однією особою.

При класифікації професій в групі застосовуються два параметри: рівень кваліфікації та професійна спеціалізація.

Рівень кваліфікації визначається масштабом і складністю виконуваних функцій, а професійна спеціалізація набувається в системі загальної освіти і професійної підготовки.

Велику увагу у Франції приділяється організації туризму осіб з обмеженими фізичними можливостями. Цей сегмент є досить перспективним і для відродження та стабілізації внутрішнього і в'їзного туризму в Україні, особливо для тих традиційних регіонів відпочинку як Карпати. Саме рекреація – відновлення сил є основною метою в цьому виді туризму, але шляхи досягнення цієї мети є різними для різних категорій відпочиваючих залежно від їх віку, рівня освіти, соціального статусу, особистих інтересів, смаків тощо.

Деяка частина рекреантів обирає пасивний відпочинок, але більшість віддає перевагу поєднанню його з розважальними заходами, пізнавальною діяльністю, лікувальними процедурами та заняттями спортом.

Пріоритетне значення має також вивчення іноземних мов у навчальних закладах туристичного профілю. При цьому важливо уділити більше уваги практиці.

У зв'язку з цим нагальною потребою наших учених, фахівців, викладачів, видавців і т.д. є звернення до досвіду найрозвиненіших в туристичній сфері європейських країн.

Необхідно взяти накопичений досвід організації самої туристичної діяльності, створити власну самобутню національну структуру, яка б відповідала нашим традиціям і в той же час увібрала б у себе все нове і сучасне, що напрацьовано в останній час в європейських країнах. Реалізація планів щодо створення стрункої, гнучкої та ефективної системи підготовки фахівців сфери туризму повинна пройти кілька етапів і здійснити цілий ряд заходів:

- створення ступеневої системи навчання, яка припускає *індивідуальне формування* навчальних програм і планів;
- посилення уваги *індивідуального навчання*;
- збільшення кількості годин за спеціальними туристичними дисциплінами;
- збільшення кількості годин за соціологічними та економічними дисциплінами;
- збільшення кількості годин для вивчення іноземних мов;
- спрямована діяльність навчальних закладів на *пріоритетний розвиток особистості*, здатної до самовдосконалення та адаптації в сучасних умовах і в майбутньому, і підготовку її до індивідуальної відповідальності за результати своєї професійної діяльності.

Педагогіка вищого навчального закладу спирається в результаті на ритм, який вважає за краще: чергування професійної практики і теорії в лоні інституту і в центрі підприємства. Основною рисою навчання в університеті є: гуманізм, толерантність, прагматизм.

Професіоналізація французького туризму створює нові потреби в керівниках виробництва. Основна увага в університеті приділяється управлінським навичками.

Сфера туризму є найбільш динамічною та варіативною галуззю народно-господарського комплексу, відіграє одну із основних ролей у світовій економіці та є однією з найбільш прибуткових видів бізнесу в світі. Досвід професійної підготовки спеціалістів у сфері туризму, готельного господарства та ресторанного бізнесу у Франції є цінним не тільки для України, а і для багатьох інших країн світу. Вивчення та застосування цього досвіду є нагальною необхідністю для української вищої школи. Нові методи та підходи, нове розуміння проблем часу стане основою для підняття рівня вищої професійної освіти.

Необхідно знаходити шляхи та засоби для запровадження цього досвіду на теренах України. Налагоджувати зв'язки з роботодавцями та перевіряти досягнення у практичному їх застосуванні.

Зберігаючи культурну самобутність, громадяни нашої країни повинні нести свою культуру в світ, сприяти збагаченню загальної культури, прагнути вести діалог культур.

Перспективи розвитку туристичної галузі в Україні обнадійливі, якщо орієнтуватися на шлях, пройдений багатьма Європейськими країнами в сфері підготовки фахівців даного профілю. Як приклад можна використовувати досвід Франції, де дуже багато робиться для вдосконалення та реформування всієї системи професійної освіти.

На основі отриманих результатів визначено ступінь впливу проаналізованих факторів та встановлено, що критичними сферами впливу на розвиток туризму України є економічна, технологічна та соціокультурна, тому що розбіжність між сценаріями в них є найбільшою. Зокрема, в Україні економічні, політико-правові та соціокультурні фактори не обумовлюють формування належних умов для довгострокового розвитку туризму, і їх доцільно інтерпретувати як прояв обмежуючих факторів.

В Україні немає масштабних інвестицій через відсутність ефективного механізму сприяння вкладенню коштів у розбудову туристичної інфраструктури, високий рівень податків, ускладненість та забюрократизованість процедури погодження інвестиційних проектів.

Стримуючими факторами також є недостатня ємність платоспроможного внутрішнього попиту, незначні порівняно з європейськими країнами обсяги в'їзного туризму.

Незважаючи на високий туристичний потенціал України гальмується як подальше планування створення нових туристичних зон, так і можливість залучення масштабних інвестицій. Дестабілізація, що наростає, в соціальній сфері, також негативно впливає на розвиток туризму в Україні.

Зважаючи на успішний досвід реалізації моделі соціального туризму у Франції, формування національної моделі соціального туризму є однією з перспективних і в Україні, оскільки сприяє стимулюванню внутрішнього (ендогенного) розвитку регіонів на основі використання місцевих умов і ресурсів. Для визначення пріоритетних моделей туризму в Україні важливим є імплементація французької моделі розвитку сільського туризму. На користь цього припущення зазначимо, що сільський, зелений та екотуризм визначено як один із провідних напрямів розвитку туристичної діяльності, що знайшло відповідне висвітлення в національних концепціях та програмах розвитку туризму.

Відповідно до Проекту Закону України *«Про сільський та сільський зелений туризм»* сільський, зелений та екотуризм – це види туризму, орієнтовані на використання природних, культурно-історичних і інших ресурсів сільської місцевості та її специфіки для створення комплексного туристичного продукту. Перші кроки для розвитку сільського туризму в Україні зроблено. Разом з тим є цілий ряд проблем, що стоять на заваді ефективного розвитку цього виду туризму. Чинне законодавство України, яким регулюються правовідносини у цій сфері, не має необхідної структурної повноти та системної завершеності.

Необхідно, спираючись на європейський досвід, визначити концептуальні напрями імплементації європейських моделей розвитку сільського туризму, акцентувавши при цьому увагу на доцільності уніфікації понять, що стосуються сільського туризму.

Насамперед, позитивним досвідом для формування моделі розвитку туризму в Україні є те, що екологічний та сільський туризм трактуються як взаємодоповнюючі та взаємопов'язані поняття. Більше того, з метою стимулювання розвитку сільського туризму, з точки зору дбайливого ставлення до навколишнього середовища, близькі за мотивацією види туризму (фермерський, спортивний, пригодницький, екстремальний) об'єднані в єдину сферу сільського туризму.

На відміну від європейських країн для розвитку сільського туризму в Україні здебільшого характерні стримуючі умови та суперечливі тенденції.

По-перше, немає чітко сформульованої державної політики стосовно сільського туризму й системи нормативно-правового забезпечення цього виду діяльності.

По-друге, на регіональному рівні: в деяких регіонах влада (Львівська, Чернівецька, Івано-Франківська, Закарпатська області) формує прийнятні для українських умов регіональні програмні документи з урахуванням європейського досвіду й існуючих умов, які не отримують повноцінної підтримки та координації центральних органів.

По-третє, на місцевому рівні: здійснюються спроби реалізації агротуристичних інвестиційних проєктів, створення окремих агротуристичних господарств і мікромереж, однак концептуального оформлення місцеві ініціативи не отримують.

Дослідження особливостей розвитку сільського туризму в Україні дозволило дійти висновку про невідповідність моделі розвитку цього виду туризму вимогам сучасного стану туристичної сфери.

Неоднозначність розвитку сільського туризму не тільки актуалізують необхідність урахування успішного досвіду, який характерний для розвитку цього виду туризму в європейських країнах, але й вимагають його адаптації до нових соціальних зрушень та інноваційної перспективи розвитку цієї моделі туризму. З огляду на економічні та соціальні досягнення розвитку сільського туризму в європейських країн та з метою вибору моделі розвитку сільського туризму в Україні визначено підходи, які доцільно реалізувати в процесі формування правового поля розвитку сільського туризму.

По-перше, державна політика підтримки сільського туризму повинна здійснюватися з позиції його розуміння як альтернативної (додаткової) діяльності населення, що приносить дохід сільській місцевості й невеликим містам.

По-друге, концепції розвитку сільського туризму на державному й регіональному рівні повинні визначати напрями (модель або моделі розвитку) сільського туризму з урахуванням української (загальнонаціональної) і регіональної специфіки сільських регіонів.

По-третє, в цільових програмах розвитку сільського туризму як дохідного сектора регіональної економіки повинні бути чітко визначені механізми нормативно-правового, фінансового, організаційного, інформаційного забезпечення розвитку сільського туризму на всіх ієрархічних рівнях управління.

Для досягнення ефективного розвитку сільського туризму доцільно поєднувати помірний протекціонізм із стимулюванням вільного ринку. Окремі принципи ЄС, зокрема, децентралізація та субсидіарність, не завжди прийнятні для України, оскільки місцеві та регіональні органи влади не мають для цього достатніх повноважень та коштів.

Через невизначеність їх статусу стосовно використання місцевих ресурсів (земельних, природних, демографічних, виробничих тощо) ускладнюється соціально-економічний розвиток регіонів і, відповідно, гальмується розвиток сільського туризму. Важливим є поступове зменшення залежності регіонів від центральної влади.

Це сприятиме підвищенню ефективності суспільної діяльності, дієвості управлінських рішень, посиленню ініціативи на місцях. Модель розвитку сільського туризму України повинна бути комплексною й відображати.

Економічний аспект

- сільський туризм розглядається як джерело доходу для сільського населення в ситуації кризи аграрного сектора;
- у діяльності туристичних підприємств повинна бути створена ефективна система збуту із застосуванням інформаційних технологій;
- при створенні туристичних продуктів пріоритетним є використання переважно невитратних ресурсів, насамперед природної, соціокультурної й історичної спадщини;

Соціокультурний аспект

- ефект культурного та психологічного взаємозбагачення завдяки спілкуванню місцевих жителів з туристами;
- «взаємини господар – турист» і затребуваність пропозиції сприяють підвищенню самооцінки жителів сільських місцевостей;
- кооперація на рівні місцевої громади щодо створення повноцінного турпродукту зумовлює поліпшення соціально-психологічного клімату;
- сільський туризм виокремлює деструктивні верстви та орієнтований на створення умов для успішного розвитку й кількісного зростання місцевих громад;

Етнокультурний аспект

- можливість активізувати місцеві ресурси;
- пропаганда національних культурних традицій;

Особистісний аспект

- розвиток особистості, насамперед тих, хто займається обслуговуванням споживачів, оскільки цей процес обумовлює необхідність здобувати нові знання, набувати професійних навичок, підвищувати кваліфікацію;
- підвищення самооцінки особистості: усвідомлення самостійності, використання власних можливостей та ресурсів власного господарства.

Основою туристичної політики за нинішніх економічних обставин і бюджетних обмежень має бути поєднання окремих принципів і стандартів щодо розвитку сільського туризму із виробленням власних важелів посилення цього виду туризму. З урахуванням вищевикладеного перспективними моделями розвитку сільського туризму для України є:

Створення регіональних агротуристичних мереж через розвиток малого, сімейного й індивідуального агротуристичного бізнесу на базі існуючих туристичних ресурсів сільської місцевості: засобів розміщення (малого сімейного готельного бізнесу) і інфраструктури сільського туризму (включаючи різні агротуристичні об'єкти та види бізнесу, пов'язані із забезпеченням сільського туризму).

Організація ефективно функціонуючої мережі приватних агротуристичних господарств на території дестинації повинна забезпечуватися через систему державної підтримки на рівні центру (оптимум першого рівня) або, на рівні регіону (оптимум другого рівня).

Відтворення соціокультурного середовища – «історичного села», «національного села» або іншого типу поселення, відтворення соціокультурного середовища інших історичних об'єктів. Створення великих і середніх спеціалізованих агротуристичних об'єктів, орієнтованих на прийом туристів і організацію їхнього відпочинку. Це можуть бути спеціалізовані центри (спортивні, культурні, кулінарні тощо), стилізовані «агротуристичні села», а також «рибальські», «мисливські села» та ін.

Створення державних і приватних сільськогосподарських парків як великих багатофункціональних туристичних, виставкових, рекламно-експозиційних, культурно-пропагандистських, науково-дослідних і виробничих комплексів, які мають необхідні засоби розміщення й відповідну інфраструктуру. Анімація в туризмі розвивається в двох напрямках.

Перший – це створення спеціальних музеїв та парків, організація костюмованих балів, шоу, свят та інших дійств за своїми сценаріями. В даному випадку мова йде про створення спеціалізованого турпродукту.

В Україні такими прикладами можуть бути фольклорні свята і обряди – «Масляна», «Обжинки», цикл новорічних свят з колядками й щедрівками на базі Музеїв народної архітектури й побуту, «Козацькі забави» та турніри на Хортиці, в Кам'янець-Подільському.

Другий напрямок – це анімація – оживлення програм дозвілля туристів в місцях тривалого відпочинку – курортних готелях і центрах, туристичних селищах, на круїзних судах. Цей сегмент є перспективним і для відродження та стабілізації внутрішнього і в'їзного туризму в Україні для тих традиційних регіонів відпочинку як Карпати.

Теоретична і практична туристська освіта включає:

- фундаментальну і багатопредметну освіту, що дозволяє розуміти, аналізувати, опанувати, передбачати зміни в сучасному суспільстві;
- знання про економічне, соціальне та юридичне середовище підприємств і про їх менеджмент;
- придбання методології аналізу діяльності;
- володіння трьома іноземними мовами;
- наукову і технічну культуру в галузі туризму;
- освіту в комерційному, фінансовому проектуванні.

Стажування на першому та другому курсах складають предмет звіту, що представляють екзаменаційній комісії з професіоналів.

Стажування на третьому курсі, чи попереднє працевлаштування, вписується у процес інтеграції у ділове життя. Кожен студент має здійснити прикладну дослідницьку роботу протягом 18 місяців на підприємстві.

Професійний характер дослідження передбачає відповідність теми до наявних виконавчих обов'язків на підприємстві. Туристська освіта доступна різним категоріям абітурієнтів у рамках *інноваційної педагогіки*. В країні діє реалізація французької методики підготовки фахівців туризму і гостинності. Три головних педагогічних завдання: професіоналізація (становлення професіоналів): підготовка к професійної діяльності для перспективної кар'єри у Франції та за кордоном.

Одна з сильних сторін педагогіки вищої школи Франції є індивідуалізація туристської освіти. У Франції не існує суворої грані між середньою спеціальною і вищою освітою: перша служить сходиною для другої. Одно з основних завдань системи професійної освіти було сформульовано на початку 50-х років: «Знання по спеціальному предмету повинні постійно поглиблюватися і розширюватися».

Основні перетворення різних реформаторських рухів у системі освіти з середини 50-х до середини 70-х років були націлені на підтримку державної школи та підвищення її активності. Наступна «фаза нових технологій» наступила в кінці 60-х років не як мода, а як результат економічного та технологічного розвитку суспільства.

Це період тотальної комп'ютеризації.

Завдання освіти в цей період – підвищення професіоналізму всіх службовців в такій мірі, щоб вони могли вільно поводитися з інформаційними технологіями, орієнтація на практику, на останні досягнення науки, підвищена увага пошуків і знахідок.

Під впливом прогресивних педагогічних, соціологічних та економічних теорій були сформульовані основні напрямки для професійної підготовки фахівців сфери туризму, які були б здатні здійснити значний підйом економіки в максимально короткі терміни.

Освіта є найефективнішим засобом підвищення якості життя, ефективною зброєю в боротьбі з убогістю й нетерпимістю.

Проблему туристської освіти необхідно вирішувати з урахуванням основних факторів:

- глобалізація і зростання конкуренції;
- поступове зникнення міжнародних кордонів;
- висока мобільність капіталів та робочої сили;
- розвиток індустрії туризму, культури та відпочинку;
- збільшення тривалості життя тощо.

Для вирішення цього завдання необхідні спільні зусилля всіх зацікавлених сторін:

- державних органів управління;
- вишів, що займаються підготовкою кадрів для туристичної індустрії;
- підприємств, що працюють в туризмі;
- фахівців з психології та педагогіки;
- співробітників науково-дослідних інститутів.

В даний час відбувається подальший розвиток даної системи, як по горизонталі, так і по вертикалі. Вертикаль включає навчальні установи центрального, регіонального та внутрішньогалузевого рівнів.

Горизонталь охоплює навчальні заклади загального профілю туристичної сфери (турбюро, турагентства, турсоюзи, турведомства), готельної справи та громадського харчування, сфери транспорту, закладів дозвілля, підприємства та установи з захисту та охорони навколишнього середовища, природного і культурного надбання.

Зростаючий попит на послуги в сфері туризму і дозвілля привів до створення широкої палітри спеціальних навчальних закладів.

Головна особливість підготовки фахівців даної галузі у Франції – відкритість професійної сфери з безліччю початкових можливостей сходження.

Як все високорозвинені країни, Франція знаходиться на шляху перетворення в країну висококваліфікованих фахівців сфери послуг.

У цій сфері туризм відіграє вагомий роль в широкому сенсі слова. Туристична сфера містить у собі тільки один недолік: відсутні добре підготовлені кваліфіковані фахівці. Цей ринок переживає колосальну потребу в освічених молодих силах для середньої і вищої ланки управління. До такого висновку прийшли фахівці – психологи, соціологи, економісти і практики даної сфери. Майбутні перспективи для туризму у Франції, і тим самим – для професійної сфери туризму, досить сприятливі.

В останні роки, з одного боку, спостерігається зростаюче навантаження навколишнього середовища і суспільства в результаті розвитку туризму, з іншого боку, також зростаюче усвідомлення туристами важливості збереження навколишнього середовища.

Для професійної діяльності у сфері туризму з цієї причини стає необхідним придбання кращих знань, усвідомлення причин впливу на туристичну діяльність.

Охарактеризовано, що вся система професійної освіти у Франції побудована за дуальною системою, яка підтвердила свою життєвість і ефективність протягом останніх 50 років. Ця система втілює в життя одне з найважливіших філософських положень – єдність теорії та практики. Широке розповсюдження цієї системи припадає на 80-і роки.

Таке навчання змінило структуру кваліфікацій вступаючи в професійну діяльність і показало домінуюче значення господарської теорії. Система освіти сфери туризму включає в себе спеціальні вищі школи, факультети університетів, всілякі курси, семінари.

Туристську освіту відрізняє **інтернаціоналізація**: освітні модулі англійською мовою, викладання на яких здійснюється професорами Американських і Австралійських університетів; активне партнерство з головними підприємствами туризму і готельної справи за кордоном; угоди з іноземними центрами підготовки, що дозволяють обмін студентів; участь в європейських програмах.

Майбутні фахівці успішно працевлаштовуються в комерційному приватному секторі (агенти з організації поїздок, готельної справи, великих тематичних парків, у великих консультативних агентствах, асоціативних закладах та бюро з досліджень, проектування).

Йдеться, головним чином, про керівників адміністративних служб: консультанти з юридичних податкових питань, по спірним комерційним і адміністративним проблемам, з питань розвитку проектів, фінансової реконструкції, міжособистісних відносин.

У територіальному секторі, мова йде про посади референтів або керівництві в офісах туризму, в об'єднаннях з обслуговування туристів, в головному управлінні з туризму, і в міжнародних органах (Організація економічного розвитку і співпраці, Міжнародна організація праці, Європейські комісії), а також організаторами друку в сфері туризму і керуючими он-лайн послугами. Зростаюча складність економічних відносин в області застосування техніки, трудомістка робота по здійсненню розрахунків, зростаюче переплетення економік різних країн – все це підвищує потребу в консультативних послугах. Одночасно підвищується попит на висококваліфікованих експертів, які зможуть взяти на себе завдання консультацій і планування. У Франції у зв'язку з цим проявилася тенденція забезпечення кваліфікованих кадрів міцними знаннями іноземних мов.

Багато фірм припускають і в майбутньому зростання потреб у знаннях іноземних мов через розширення зарубіжних контактів в результаті посилення тенденції створення французьких фірм за кордоном, особливо в країнах Азії, Африки та Латинської Америки. У всіх навчальних закладах, що готують фахівців сфери туризму, особливо пильна увага приділяється іноземним мовам, їх вивчення є обов'язковим.

Великі фірми шукають обізнаних фахівців, які мають досвід навчання за кордоном, що володіють іноземними мовами, знайомих зі специфічними особливостями інших країн. Існує також нагальна потреба економіки в європейських стандартах і методах.

На основі аналізу становлення та функціонування системи підготовки фахівців з туризму в сучасних умовах, дослідження вимог до змісту та форм професійної підготовки, пропонуємо можливі шляхи використання ідей позитивного французького досвіду як однієї з необхідних умов удосконалення процесу підготовки фахівців туристичної галузі України. Вивчений досвід на матеріалі Франції дав змогу виявити прогресивні ідеї і особливості підготовки фахівців для сфери туризму. Їх можна визначити як:

- гнучкість і мобільність у врахуванні потреб ринку;
- багатотипність навчальних закладів (коледжі, інститути, університети); їх ступеневість;
- інформаційна відкритість, динамічність в оновленні змісту освіти;

- широке застосування новітніх технологій;
- навчання в умовах реального виробництва.

Запропоновано впровадження професійно-орієнтованих форм навчання у підготовці фахівців сфери туризму, яке сприяє

- створенню умов для глибокого й повного засвоєння майбутніми фахівцями навчального матеріалу;
- вирішенню навчальних і професійних проблем;
- розвитку творчих та організаторських здібностей студентів;
- підвищенню їх комунікативної активності;
- вмінню застосовувати ефективні форми роботи;
- формуванню інтересу до професійної діяльності.

Визначено можливість використання прогресивного досвіду університетів Франції в контексті вітчизняної педагогічної практики в Україні на національному, регіональному та інституційному рівнях з урахуванням регіональних, культурно-історичних особливостей та потреб вітчизняного ринку праці. Найбільш перспективними визнано такі:

✚ на **національному рівні**: внесення низки пропозицій до Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України:

- перегляд кваліфікаційних вимог до підготовки фахівців та приведення їх у відповідність до вимог міжнародних стандартів туристської освіти;
- заохочення розвитку партнерства українських університетів з провідними зарубіжними інституціями та центрами туристської освіти;
- підтримка співробітництва з бізнесовими структурами у сфері туризму;

✚ на **регіональному рівні**:

- створення регіональних програм розвитку співробітництва університетів з бізнесовими структурами, спрямованих на збереження історико-культурної спадщини регіону та підвищення конкурентоспроможності місцевих туристських об'єктів на міжнародному та національному ринках туристичних послуг;
- рекламно-інформаційна підтримка регіональної туристської освіти на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- утворення ефективних механізмів розвитку фахової підготовки;
- проведення регіональних моніторингових досліджень щодо визначення потреби в фахівцях туризму;

✚ на **інституційному рівні**: створення релевантної міжнародним стандартам системи цільової підготовки фахівців туризму відповідно до потреб регіону та країни, формування сучасної ресурсної бази для здійснення професійної підготовки майбутніх фахівців туризму.

Порівняльна характеристика підходів французьких і вітчизняних учених до організації навчального процесу лише за критерієм співвідношення часу, відведеного на практику, дає підстави стверджувати про те, що в університетах Франції більше уваги приділяють *практичній підготовці* майбутніх фахівців.

На додаток, відмічаємо гармонійність переходу від теоретичного навчання в стінах французьких вищих шкіл до практики на галузевих підприємствах.

Такий підхід до організації навчальної практики передполагає:

- почерговість актуалізації теоретичних знань;
- ситуаційний аналіз;

- моделювання проблемних ситуацій та пошуку шляхів їх розв'язання;
- координація практичної діяльності студентів на базі туристичних підприємств засобами системи завдань;

- забезпечення студентам можливість цілісного сприйняття процесу навчання;
- взаємозв'язок і взаємозалежності між теорією і практикою діяльності в туризмі.

Інтеграція України у світовий туристичний простір передбачає піднесення вітчизняної галузі до рівня провідних країн, що можливе за умови пізнання масштабів їхніх туристичних індустрій, особливостей функціонування, специфіки обслуговування туристів не лише з підручників, а з власного досвіду.

У зв'язку з цим, запровадження французького досвіду організації *стажування студентів за кордоном* відкриває широкі можливості для ознайомлення зі структурою туристичних підприємств, напрямками діяльності, технологією обслуговування та організацією послуг, дає уявлення про масштаби галузі, виступає засобом професіоналізації студентів.

Серед пріоритетних напрямів української державної політики щодо розвитку освіти значне місце належить запровадженню освітніх інновацій.

У даному контексті французький досвід є особливо актуальним.

Зміст навчальних програм підготовки фахівців з туризму в університетах Франції містить цілий комплекс *інноваційних технологій навчання*, які можуть бути використані для оптимізації навчального процесу в системі вітчизняної освіти в туризмі.

Інтерактивні методи навчання:

- дискусії у групі;
- моделювання виробничих ситуацій та їх аналіз;
- ділові ігри;
- інтерв'ю з працівниками туристичної галузі;
- психологічні тренінги;
- підготовка студентами проектів і їх презентація;
- робота в мережі Інтернет;
- ознайомлення з тематичним планом дисципліни;
- спілкування з викладачем;
- аналіз вебсторінок туристичних фірм;
- пошук місць для стажування та можливого працевлаштування.

Це є ефективним засобом забезпечення

- мотивації навчання та залучення студентів до навчального процесу;
- активізації їх мислення та дій;
- підвищення рівня взаємодії студентів між собою та викладачем;
- формування здатності студентів до самостійного і творчого виконання завдань;
- урізноманітнення процесу навчання, перетворення його на співпрацю, змагання та ділову гру.

Вважаємо, що незаперечною перевагою французької системи освіти в туризмі є *процес співпраці між освітніми закладами та галузевими організаціями* як у питаннях організації практики і стажування, так і в проведенні практичних занять.

Тісна співпраця викладацького складу вищих навчальних закладів і фахівців-практиків у питаннях викладання дисциплін, використання підприємств для збору інформації чи аналітичної діяльності, взаємоконсультування щодо підбору навчального матеріалу є відмінною особливістю освіти в туризмі Франції.

Завдяки соціальному партнерству навчання зорієнтовано на:

- гнучку та швидку перебудову навчального процесу;
- орієнтацію на більш високий рівень загальнокультурної, гуманітарної та професійної підготовки випускників;
- створення умов для професійної самореалізації, відповідальності за своє професійне майбутнє;
- формування потреби навчатися протягом усього життя.

Подальший розвиток туристської освіти в Україні має здійснюватися відповідно до вимог Болонського процесу, який передбачає консолідацію зусиль наукової та освітянської громадськості в рамках Європи з метою забезпечення конкурентоспроможності вищої освіти і науки держави. Обґрунтовано основні напрями розвитку соціального партнерства в туризмі на загальнодержавному рівні, що надає туристській освіті системного характеру та передбачає:

- впровадження системи двохетапної вищої освіти: базової (бакалаврат) і повної (магістратура);
- впровадження системи кредитних одиниць як засобу підвищення мобільності випускників;
- стимулювання мобільності й створення умов для вільного переміщення студентів, викладачів, науковців, що займаються проблемами туризму.

Загальнодержавний підхід до туристської освіти сприяє переходу до сучасної форми соціальних відносин. Доведено, що пріоритетне значення у соціально-економічному розвитку туризму має підвищення ефективності діяльності навчальних закладів, які готують фахівців для регіонів.

В Україні центри туристської освіти все більше переміщуються на рівень регіонів, туристська спрямованість яких на даному етапі розвитку постійно розширюється.

Важливим напрямом регіонального співробітництва у неперервній туристській освіті є створення умов для гармонійного розвитку, збалансованого з точки зору міжнародних стандартів якості. Розвиток галузі залежить від системи туристської освіти, що розвивається з урахуванням міжнародних тенденцій та регіональних особливостей.

В умовах підвищення якості освіти вітчизняна туристська освіта диверсифікує свій зміст і методи, орієнтується на поширення універсальних цінностей.

В Україні підготовка фахівців за напрямом «Туризм» здійснюється за двома спеціальностями «Туризм» і «Готельне господарство» без конкретики в питаннях спеціалізації. Спеціалізація – це здобуття особливих знань у спеціальності, поглиблення фаховості та професійного мислення спеціаліста. Спеціалізація в освіті потрібна для досягнення високого рівня конкурентоспроможності фахівців, їх адаптації до суспільних умов, що постійно змінюються.

У Франції досліджено 123 спеціалізації в 70 університетах. Види спеціалізації в освіті в туризмі Франції поглиблюють диференціацію між навчальними закладами.

Разом з тим, спеціалізація унеможлиблює дублювання виробничих функцій майбутніх фахівців, а це веде до підвищення рівня результативності їх роботи, а отже і конкурентоздатності туристичної галузі в цілому. Кооперація на європейському рівні досі грає важливу роль серед навчальних закладів Франції, яка припускає все більше програм по обміну. На основі аналізу даного питання можна з упевненістю стверджувати, що дана тенденція не тільки збережеться, але й буде зростати.

Дослідження проблеми наочно показує, що сфера туризму в міжнародному масштабі має величезні можливості застосування знань іноземних мов.

Щоб задовольнити потреби даної сфери в першокласних фахівцях, багато навчальних закладів вводять на всі туристичні спеціальності, як обов'язковий предмет, іноземні мови.

Професії зі знанням іноземних мов є змішання різних сфер діяльності і виражаються в різних формах. Однак вони можуть бути об'єднані в єдине ціле саме тією роллю, яку відіграє в них іноземна мова.

Досліджуючи навчальні програми багатьох навчальних курсів з іноземної мови, ми розглядаємо її вивчення в аспекті додаткової кваліфікації як власну професійну вимогу.

У навчальних планах вищої школи Франції іноземні мови займають досить великий обсяг годин при різноманітності їх палітри. Підвищення кваліфікації з іноземної мови займає значне місце серед різноманітних форм навчання (діалогове, дистанційне, кореспондентське).

Чим глибше і різноманітніше мовні знання, тим легше знайти застосування цих знань, умінь і навичок в сфері туризму і тим успішніше буде ця діяльність.

Важливим моментом у підготовці фахівців для сфери туризму є організація *мовної практики*. Вона *обов'язкова* практично на будь-якій стадії навчання. Слід реалізувати дані методи і технології іншомовної підготовки фахівців сфери туризму Франції в вищих навчальних закладах туристського профілю України.

Доведено, що у Франції значна увага приділяється післядипломній освіті фахівців для сфери туризму, спостерігається розробка її концепції та спроба практичного здійснення.

Подальший розвиток туризму потребує розробки і реалізації освітньої стратегії, поєднання соціальної, економічної, інноваційно-інвестиційної державної політики для ефективного розв'язання існуючих проблем галузі.

Таким чином, на основі проведеного нами дослідження особливостей практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної галузі в університетах Франції, можемо констатувати, що французької моделі притаманно ряд дидактичних форм і методів підготовки, які можуть стати знаряддям не тільки для підвищення рівня практичних знань і вмінь студентів, а й для удосконалення вітчизняної освіти в туризмі.

Важливим фактором є те, що на сучасному етапі розвитку економіки кадри з інших її сфер знаходять застосування своїм знанням та вмінням саме в сфері туризму, де вони можуть реалізувати себе найкращим чином.

Туристська освіта часто розглядається в якості другої вищої освіти. Враховуючи той факт, що туристська освіта у Франції є молодою, її стрімкий ріст (вшир і вглиб) є характерною ознакою того, що в період глобалізації вся економіка перебудовується в бік сфери послуг, яскравим представником якої вважається туризм.

За часів діалогу культур туризм несе в собі етичні, освітні та культурні завдання, поряд із соціально-політичними і економічними.



ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

На основі отриманих в процесі дослідження проблеми підготовки фахівців для сфери туризму результатів, вивчення вітчизняної та зарубіжної літератури, реферативної інформації з даного питання, аналізу місця і ролі цієї проблеми в загальному контексті економічного та суспільно-політичного розвитку Франції зроблено наступні висновки.

Загальнонауковий аналіз праць вітчизняних та зарубіжних науковців показав, що у Франції туристична діяльність сьогодні, безумовно, носить політичний, соціальний, культурний та економічний характер. Її стабілізуючий вплив на економіку і суспільство всесвітньо визнано. Туризм відіграє важливу роль в справі взаєморозуміння між народами, в сфері діалогу культур. За своєю значимістю для економіки країни туризм у Франції займає перше місце. Якщо розглядати туризм з точки зору міжнародного розвитку всесвітньої економіки, то і тут його значення надзвичайно велике.

Сфера туризму Франції є найбільш динамічною та варіативною галуззю народно-господарського комплексу, відіграє одну із основних ролей у світовій економіці та є одним з найбільш прибуткових видів бізнесу в світі. На основі аналізу численних міжнародних документів та матеріалів міжнародних організацій, визначено довготривалі чинники, що об'єктивно сприяють поступовому розвитку туризму:

- *економічні*, які полягають у зміні структури споживання і послуг у бік збільшення частки споживаних туристських послуг;
- *науково-технічний прогрес*, який зумовлює швидкий розвиток потужної матеріально-технічної бази туристської індустрії;
- *демографічні*, які залежать від зростання народонаселення планети; соціальні, до яких належить зростання добробуту населення розвинених країн;
- *культурні*, що зумовлюються зростанням культурного рівня населення багатьох країн; міжнародні, що пояснюється пом'якшенням міжнародного клімату, перехід від конфронтації між провідними державами до співробітництва й порозуміння.

Особливістю діяльності навчальних закладів, що готують фахівців для сфери туризму у Франції, є гнучкість, багатоваріантність програм навчання в системі туристської освіти, в тому числі безпосередньо в туристських агенціях; у курсовій мережі, у системі дво- і чотирирічного навчання за програмами коледжів і університетів; стаціонарно і без відриву від роботи за програмою дистанційного навчання.

Узагальнення результатів вивчення професійної підготовки фахівців для сфери туризму у Франції дало можливість дійти висновку, що до структури неперервної туристської освіти входять професійні школи, коледжі, інститути, університети, менеджерські курси управління гостинністю й туризмом при університетах.

Окреслено нормативні засади підготовки фахівців для сфери туризму, проаналізовано офіційні урядові документи, які регламентують діяльність вишів та сфери туризму.

Встановлено, що владні структури Франції беруть активну участь у підтримці розвитку сфери туризму взагалі:

- Рада з озеленення міст та сільських населених пунктів, 1959;
- Національна туристська адміністрація – Управління туризму;
- «Дім Франції», 1987 – 33 регіональних бюро в 28 країнах світу;
- Державна програма з туризму, 1995;
- Закон 1998 року «Про боротьбу з винятками»;

- «Фонд солідарності з відпускниками», 1999;
- Європейський форум з туризму щорічно з 2002;
- «Базові орієнтири у сталому розвитку європейського туризму», 2003;
- Національна стратегія сталого розвитку, 2003;
- «План підвищення якості туристського обслуговування», 2003;
- Міжвідомчий комітет з туризму, 2004;
- Маркетингова стратегія на 2005-2010 роки;
- Національна програма «Туризм для інвалідів»).

Усі вони акцентують увагу на таких цілях, як компетентність і солідарна відповідальність державних структур за розвиток туристичної галузі в структурі економіки країни.

Визначено, що французький уряд приділяє велику увагу вирішенню проблем, пов'язаних з підготовкою відповідних фахівців. Уряд надає посильну допомогу шляхом кредитування, консультацій, сприяння в різних аспектах туристичної діяльності. Уряд Франції сформулював основні цілі та напрямки своєї політики в туристичній сфері:

- постійне сприяння розвитку туристичної діяльності в відповідних межах;
- підвищення якості та конкурентоспроможності туристичної економіки Франції;
- поліпшення можливостей для участі широких верств населення в туризмі;
- підтримку міжнародного співробітництва в туризмі;
- розвиток туризму на заморських територіях.

Проте останнім часом зростає увага з боку уряду до впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище. Тому підтримка та збереження природи, ландшафтів і навколишнього середовища в цілому є основною передумовою туристичної діяльності.

Висвітлено, що на основі різнопланової і багатоступеневої системи функціонування сфери туризму у Франції розроблена ефективна гнучка і багаторівнева система підготовки фахівців даного профілю, процес становлення і розвитку якої охоплює останні 50 років.

Ця система являє собою сукупність пов'язаних між собою елементів, які забезпечують досягнення більш високого рівня професійної підготовки відповідних фахівців.

На її формування як соціального інституту вирішальний вплив зробили багато факторів, які мають неминуще значення. Це, в першу чергу, класичні положення видатних педагогів, соціологів, економістів Франції. Французька професійна педагогіка в силу своїх історичних традицій має глибокі корені в суспільному розвитку країни.

Найважливіші завдання педагогічної освіти європейські педагоги бачили в розвитку творчих здібностей, наполягаючи на вихованні критичного ставлення до свого досвіду, доводячи необхідність піддавати перевірці досягнутих результатів. У своїх статтях, книгах, публічних виступах вони намічали шляхи пробудження у вихованців прагнення до самоосвіти ще в процесі навчання шляхом безперервного накопичення та оновлення знань, зв'язку педагогічної теорії та практики.

Проведене дослідження переконує в тому, що підготовка фахівців для сфери туризму у Франції, як невід'ємна частина загальної системи вищої професійної освіти, йшла своїм шляхом. Вивчення різних тенденцій розвитку особливостей структури, форм і змісту освіти доводить, що ця система є результатом історичного, економічного та політичного розвитку країни. З'ясовано *змістові*:

- удосконалення навчальних планів і програм та методики підготовки фахівців сфери туризму відповідно до потреб міжнародного ринку;
- інтернаціоналізація навчання;

- оптимальне поєднання теоретичних знань та практичних умінь і навичок;
- неперервна професійна освіта);

процесуальні:

- упровадження інноваційних технологій навчання;
- реалізація механізму соціального партнерства;
- активізація міжнародної співпраці між навчальними закладами;
- організація виробничої практики у закладах сфери туризму високорозвинутих

країн) *засади професійної підготовки* в університетах Франції.

Виявлено та схарактеризовано основні особливості різних історичних періодів становлення і розвитку системи професійної підготовки фахівців для сфери туризму.

Провідні ідеї позитивного історичного досвіду становлення і розвитку системи підготовки фахівців для сфери туризму можуть бути використані на сучасному етапі побудови української системи туристської освіти.

Встановлено той факт, що стандарти професійної туристської освіти й підготовки фахівців галузі туризму враховують нові тенденції:

- цілісний підхід до змісту освіти і професійної підготовки та скасування меж між загальною та професійною освітою, теорією і практикою;
- розкриття в змісті професійної освіти установок на розвиток культури мирного співіснування, демократичних цінностей, охорону навколишнього середовища, боротьби за викорінювання безграмотності та створення нових можливостей для людини;
- встановлення партнерських стосунків між сферами освіти і праці.

Зміст освіти повинен забезпечити навчання загальних професійних навичок, перехід від освіти до трудової діяльності; він передбачує оволодіння компетенціями, які виходять за рамки професійних навичок, необхідних на робочому місці.

Основні стандарти у сфері професійної туристської освіти забезпечує розвиток ВТО системи сертифікації WTO TedQual.

Особлива увага приділяється якості та практичності професійної підготовки.

Система підготовки фахівців з туризму у Франції складається з таких компонентів:

- мережа спеціалізованих і частково спеціалізованих навчальних закладів;
- профорієнтація і професійне учнівство;
- середнє спеціальне кваліфікаційне навчання;
- вище спеціальне кваліфікаційне навчання.

Система підготовки фахівців з туризму заснована на безперервному циклі послідовної підготовки і перепідготовки туристських працівників у системі спеціалізованих навчальних закладів, зорієнтованих на туристичну галузь. Реалізація системи дає можливість вирішувати такі конкретні завдання:

- дотримання принципу безперервності освіти;
- інтеграція навчального, наукового і виробничого процесів;
- випуск фахівців з високою професійною підготовкою після кожного циклу комплексної ступеневої системи підготовки кадрів;
- ефективне використання обмежених.

Навчальні програми і плани більшості навчальних закладів відрізняються професійною спеціалізацією. Навчання носить професійно-обумовлений характер.

Велика увага приділяється загальноправовим, економічним, соціологічним, психологічним дисциплінам. Процес навчання складається з двох ступенів:

- перша – загальноосвітні дисципліни,
- друга – спеціальні дисципліни (туристичні предмети, які охоплюють всі аспекти туристичної діяльності). Ядром всього навчального процесу є предмети з проблем планування і управління, маркетингу та менеджменту.

Туристичний сектор економіки відчуває зростаючу потребу в фахівцях і керівниках, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями і практичними навичками.

Новий європейський економічний простір і інтернаціоналізація ринків вимагають від підприємництва якомога швидше перейти до нових завдань і вимогам. Тільки з новою кваліфікацією стане можливим діяти через національні кордони і одночасно гарантувати необхідну гнучкість і мобільність майбутніх провідних сил в управлінні. Мислити в міжнародному масштабі – один з головних критеріїв професійного успіху.

Вся система професійної підготовки підпорядковується головній меті: глибоко і всебічно підготувати фахівця даного напрямку, щоб забезпечити його подальшу успішну професійну діяльність і сприяти його професійному зростанню.

З повною упевненістю можна говорити про безперервність і наступність в професійній освіті Франції. Система професійної підготовки в сфері туризму відрізняється різним поєднанням теоретичних аспектів навчання з практичними навичками. Успішно втілюється гасло кращих педагогів Франції, здійснюючи тісний зв'язок теорії та практики.

Дуальний принцип також проявляється в чергуванні лекційно-семінарських занять з практичними заняттями в розумних межах. Сучасні педагоги, використовуючи багатющу спадщину минулого, знаходять нові підходи в навчанні, застосовуючи нові методи, нові технічні засоби навчання. Основу навчання складає модульно-рейтингова система.

Всі теми формуються і пропонуються блоками. Існує ряд обов'язкових модулів і модулі на вибір для кожного рівня навчання. Основна кількість модулів 20 (кожен модуль має 15 годин в середньому), таким чином, для отримання будь-якого виду диплома потрібно 300 годин навчального часу. Знання оцінюються на трьох рівнях:

- самими студентами;
- викладачами під час систематичних перевірок і іспитів;
- професіоналами з комітетів керівників підприємств туристичної галузі.

В професійній освіті існує гнучка система зміни змісту курсу в залежності від запиту на фахівців або ринку. Університетські команди використовують можливості, запропоновані державою: розвивають міждисциплінарність, поглиблюють загальну освіту, пропонують студентам фундаментальну професійну освіту.

Університетську туристську освіту відрізняє інтернаціоналізація: освітні модулі англійською мовою, викладання на яких здійснюється професорами американського і австралійського університетів; активне партнерство з головними підприємствами туризму і готельної справи за кордоном; угоду з іноземними центрами підготовки, що дозволяють обмін студентів, присутність в європейських програмах.

Стажування є однією з найважливіших складових навчання в університеті.

У Франції обов'язкове стажування на підприємстві галузі, як у Франції, так і за кордоном (від 4 тижнів до 6 місяців), а також інтернатура на підприємстві у Франції.

В наші дні університети Франції пропонують різноманітне освіту за зразком міждисциплінарності полів компетенції. Освіта в університетах носить індивідуалізований характер: в групах не більше 22 студентів. Освітня система Франції має давні традиції, які гідно поєднуються з найсучаснішими технологіями в системі освіти.

Інтернаціоналізація всього освітнього комплексу вимагає розробки загально-європейських стандартів та кваліфікацій. Туристська освіта успадковує всі основні принципи освітньої системи. Але прагнення Франції увійти в загально-європейський освітній простір змушує ідеологів освіти шукати точки зближення. В системі туристської освіти Франції розрізняють кілька видів дипломів:

- Національний диплом 2-х річного циклу;
- Національний диплом 3-х річного циклу;
- Диплом про вищу спеціальну освіту за спеціалізацією;
- Європейський диплом про вищу освіту за спеціалізацією;
- Диплом про вищу освіту за спеціалізацією;
- Диплом університету 3-х річного циклу досліджень в сфері туризму.

Визначено, що випускники туристських спеціалізацій можуть працювати

- менеджерами в установах фінансового та комерційного управління;
- громадських або приватних структурах;
- в культурних, екологічних, громадських або приватних установах;
- на національному або місцевому рівні;
- агентами або референтами в сфері туризму, культури та навколишнього середовища;
- в адміністративно-територіальних утвореннях (район, відділ, регіон, природні парки, офіси туризму);
- відділах зовнішніх операцій держави.

Існує також кілька посад міжнародного рівня (ЮНЕСКО, ЄС, ООН і т.д.).

До цих раніше ідентифікованих професій, додалися в останні роки професії, які беруть до уваги засоби масової інформації, які відповідають новим інформаційним і комунікативним технологіям.

В результаті важкої демографічної, економічної, суспільної та культурної еволюції виникли нові потреби в робочих місцях, які породжені збільшенням середньої тривалості життя, широкою участю жінок в суспільній діяльності, громадською пропозицією колективної охорони дітей, зростанням середнього рівня життя, дегуманізацією міста.

Багатопредметний педагогічний зміст включає в себе сукупність нових послуг, що відносяться до захисту і підвищення вартості навколишнього середовища, спортивної, культурної діяльності та дозвілля. В результаті аналізу навчальних програм, планів, монографій провідних вчених, наукових статей, статистичних даних можна констатувати, що одним з пріоритетних напрямів у підготовці фахівців сфери туризму є вивчення іноземних мов, яке має тенденцію до зростання в майбутньому, у зв'язку зі створенням Європейського Економічного Співтовариства, руйнуванням кордонів між державами в Європі, прагненням народів світу до співпраці, спілкування і порозуміння. Він підпорядковується двом основним тенденціям: міжнародного співробітництва всередині і вирішення професійних завдань за межами країни. У зв'язку зі зростаючими обсягами міжнародного співробітництва знання іноземних мов стали необхідними не тільки великим, але і середнім і навіть дрібним туристичним фірмам. Додаткова кваліфікація з іноземних мов збільшує шанси на ринку праці в розрахунок на професійну діяльність.

Розвиток екологічного туризму, збільшення туристичних екологічних брендів на європейському рівні і концепція нових продуктів в культурній або екологічній домініанті пропонують також нові шляхи працевлаштування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Авшенюк Н. М. Болонський процес як регіональний вимір інтернаціоналізації вищої освіти в Європі [Електронний ресурс] / Н. М. Авшенюк. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vkmu/2011_2/Avshenyuk.pdf.
- Азар В. Туризм – еще один феномен XX века / В. И. Азар // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2005. – № 5. – С. 15–17.
- Александрова А. Международный туризм / А. Александрова. – М. : Аспект-пресс, 2000. – 214 с.
- Алисов Н. В. Экономическая и социальная география мира (общий обзор) : [учебник для студ. высш. учеб. заведений, обучающихся по географ. специальностям] / Н. В. Алисов, Б. С. Хорев. – М. : Гардарики, 2000. – 704 с.
- Альтбах Ф. Г. Знание и образование как международный товар: крушение идеи общественного блага / Ф. Г. Альтбах // Alma mater. Вестн. высш. шк. – 2002. – № 7. – С. 40–44.
- Андрущенко В. П. Модернізація педагогічної освіти України в контексті Болонського процесу / В. П. Андрущенко // Вища освіта України. – 2004. – № 1. – С. 5–9.
- Андрущенко В. Академічна мобільність: проблема реалізації в Україні і в світі / В. Андрущенко, В. Молодиченко // Вища освіта України. – 2010. – № 1. – С. 34–42.
- Арутюнян М. І. Розвиток ринку міжнародного туризму в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.07.02 – економіка сільськ. оспод-ва і АПК / Арутюнян Маргарита Ісмаїлівна ; Київ. міжнар. ун-т цивільної авіації. – К., 2000. – 19 с.
- Астахова Е. В. Академическая мобильность в украинском контексте: риски адаптации // Академічна мобільність – важливий чинник освітньої євроінтеграції України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, (Харків, 16–19 листопада 2010 р.). – Х. : НУА, 2010. – С. 30–36.
- Бабушкін Н. І. Менеджмент туризму : підруч. для студ. вузів спеціальності «Економіка та управління соціально-культурною сферою» / Н. І. Бабушкін. – 3-е изд., испр. – К. : Знання, 2002. – 408 с.
- Байденко В. И. Болонские реформы: некоторые уроки Европы / В. И. Байденко // Высш. образование сегодня. – 2004. – № 2. – С. 14–19.
- Бейдик О. О. Персонал-технології підготовки фахівців для туристсько-рекреаційної сфери / О. О. Бейдик // Вісник. Сер.: Педагогіка / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К., 2005. – Вип. 12, ч. 1. – С. 47–50.
- Биржаков М.Б. Индустрия туризма: перевозки / М.Б. Биржаков, В.И. Никифоров [Електронний ресурс] Режим доступу: runkigi.net/books/19077-industriya-turizma-perevozki/
- Бойко М. Система гарантування якості навчання як фактор удосконалення менеджмент-освіти у сфері туризму / М. Бойко, Л. Гопкало // Вісн. Київ. нац. торгов.-екон. ун-ту. – 2003. – № 1. – С. 112–120.
- Бочан І. Євросоюз починався з туризму : за матеріалами круглого столу «Фахівець з туризму – лідер у творенні засобами туризму народної дипломатії» у Львів. ін-ті економіки і туризму / І. Бочан // Освіта України. – 2006. – 4 квіт. (№ 25). – С. 6.
- Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р. А. Браймер ; [пер. с англ. Е. Б. Циганова]. – М. : Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
- Бутусов Г. Аналіз туристичного ринку України / Г. Бутусов // Галицькі контракти. – 2006. – № 5. – С. 8.
- Вакарчук І. О. Структурні варіанти стандартів вищої освіти в контексті Болонського процесу / І. О. Вакарчук // Моделі гармонізації національних і міжнародних стандартів освіти у контексті Болонського процесу. – Л., 2007. – С. 131–139.
- Вербицька С. Міжнародна студентська академічна мобільність: етапи розвитку та суб'єкти організації / С. Вербицька // Вісник Житомир. Держав. унів-ту : [зб. наук. пр.]. – 2009. – Вип. 45. – С. 20–26.
- Верхогляд О. Проблеми міжнародної співпраці у сфері вищої освіти: контроль за якістю освіти. Національний і міжнародний аспекти / О. Верхогляд, Ю. Романовська, О. Романовський // Вища школа. – 2010. – № 1. – С. 15–23.
- Василюк Л. Сучасні освітні системи : посіб. з порівняльної педагогіки / Л. Василюк, Р. Пахоцінський, Н. Яковець ; Ніжин. держ. пед. ун-т. – Ніжин : Ред. вид. від. НДПУ, 2002. – 139 с.
- Власова Т. И. Проблемы повышения профессионального уровня туристских кадров /Т. И. Власова, Ю. В. Богданов // Развитие туризма в условиях современных интеграционных процессов : тез. док. и сообщений междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3–5 дек. 1997 г. / Белорус. гос. эконом. ун-т. – Минск, 1997. – С. 155–158.

- Власова Т. И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма : учеб. пособие / Т. И. Власова, М. М. Данилова, А. П. Шарухин. – СПб. : Д.А.Р.К., 2005. – 288 с.
- Власова Т. И. В век туризма – с новым качеством подготовки специалистов / И. Т. Власова // Вісн. ДІТБ / Донец. ін-т турист. бізнесу. – 2001. – № 5. – С. 15–18.
- Волков С. Н Туризм и информатизация общества / С. Н. Волков. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 254 с.
- Волошина М. С. Профессиональная инкультурация в образовании: теория и практика : монографія / М. С. Волошина. – Новокузнецк : ИПК, 2001. – 114 с.
- Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства : [учеб. пособие] / Л. П. Воронкова. – М. : Фаир-пресс, 2004. – 304 с.
- Воскресенская Н. М. Опыт разработки стандартов образования в зарубежных странах / Н. М. Воскресенская // Вопр. образования. – 2004. – № 3. – С. 143–161.
- Вульфсон Б. Л. Стратегия развития образования на Западе на пороге XXI века / Б. Л. Вульфсон. – М. : Изд-во УРАО, 1999. – 208 с.
- Гаврилюк О. В. Гуманітарна освіта Франції / О. В. Гаврилюк // Шкіл. світ. – 1999. – № 4. – С. 4–6.
- Герасимова І. В. Формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів готельно-туристичної індустрії у професійній підготовці : автореф. дис ... канд. пед. наук : 13.00.04 – теорія та методика професійної освіти / Герасимова Інна Володимирівна ; Черкас. нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. – Черкаси, 2010. – 20 с.
- Гваделупа [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.france-guide.ru/guadeloupe.htm>
- Глобальный этический кодекс туризма [Електронний ресурс] : (Сантьяго, 1 окт. 1999 г.): [принят в г. Сантьяго 01.10.1999 г. резолюцией a/res/406(XIII) на 13-ой сессии генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации] / Всемирная туристская организация. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001. – Назва з екрана.
- Головащенко О. В. Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз : дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії / О. В. Головащенко ; Запоріж. нац. ун-т. – Запоріжжя, 2002. – 184 с.
- Голотюк О. В. Гуманітарна освіта у Франції / О. В. Голотюк // Зб. наук. праць. Педагогіка і психол. формування творчої особистості: проблеми і пошуки. – К. – Запоріжжя, 2005. – Вип. 35. – С. 334–338.
- Гонта О. І. Академічна мобільність як складова європейського простору вищої освіти / О. І. Гонта, І. С. Каленюк // Вища освіта України. – Додаток 4, том I (19) : «Болонський процес і перспективи розвитку вищої освіти в Україні, Європі та світі». – 2010. – Тематичний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору». – С. 135–142.
- Горобець Н. П. Нові технології в галузі туризму / Н. П. Горобець // Економіка і інформатизація. – 2006. – № 7. – С. 27–28.
- Государственные высшие учебные заведения Франции [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.francetude.ru/content/view/505/67/lang/>
- Гринько С. А. Рынок подготовки туристских кадров: реалии и перспективы развития / С. А. Гринько // Слобожан. наук.-спорт. вісн. / Харк. держ. акад. фіз. культури. – 2006. – № 10. – С. 243–246.
- Гурье Л. И. Преподавательский состав профессиональных школ Франции / Л. И. Гурье // Педагогіка. – 1995. – № 1. – С. 120–122.
- Гурч Л. Мобільність студентів та професорсько- викладацького складу як фактор підвищення конкурентоспроможності вищої освіти України в європейському просторі / Л. Гурч // Персонал. – 2005. – № 7. – С. 80–85.
- Державні стандарти професійної освіти: теорія і методика : монографія / за ред. Н. Г. Ничкало. – Хмельницький : ТУП, 2002. – 334 с.
- Джафари Д. Феноменология туризма / Д. Джафари // Теория и практика физ. культуры. – 2000. – № 3. – С. 23–26.
- Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм : навч. посіб. [для викладачів і студ. навч. закл.] / О. Ю. Дмитрук. – К. : Альтерпрес, 2004. – 192 с.
- Долішній М. Місце рекреаційно-туристичного комплексу в розвитку сфери послуг і формування ринку праці України / М. Долішній, О. Гулич // Вісн. Терноп. акад. нар. гос-ва. – 2005. – № 5–2. – С. 171–178.

- Дурович А. П. Активные методы обучения в повышении качества подготовки туристских кадров / А. П. Дурович // Развитие туризма в условиях интеграционных процессов : тез. док. и сообщений междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3–5 дек. 1997 г. / Белорус. гос. эконом. ун-т. – Минск, 1997. – С. 158–160.
- Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга / Ж. Дюмазедье. – М. : Наука, 2003. – 197 с.
- Єгоров Г. С. Тенденції розвитку змісту базової освіти у країнах заходу [Електронний ресурс] / Г. С. Єгоров, Н. М. Лавриченко, Б. Ф. Мельниченко – Режим доступу: biblos.iod.gov.ua/download.php
- Ермилова Д. В. Теория и методика туристского образования в европейских странах : дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.08 – теория и методика профессионального образования / Д. В. Ермилова ; Рос. междунар. акад. туризма. – М., 2000. – 145 с.
- Євдокименко В. Ю. Регіональна політика розвитку туризму (методологія формування, механізм реалізації) / В. Ю. Євдокименко. – Чернівці : Прут, 1996. – 288 с.
- Евреинов Э. В. Глобальная система образования / Э. В. Евреинов // Мир образования – образование в мире. – 2002. – № 4. – С. 88–101.
- Єфремова М. Ефективність комунікаційних процесів у сфері туризму (семантика, дефініції в термінологічному апараті) / М. Єфремова // Маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 88–102.
- Жарков А. Д. Технология культурно-досуговой деятельности / А. Д. Жарков. – М.: РМАТ, 2001. – 97 с.
- Жданова О. М. Зміст підготовки фахівців для сфери рекреації та туризму / О. М. Жданова, Л. Я. Чеховська, А. Р. Матвіїв // Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві : зб. наук. пр. Волин. держ. ун-ту ім. Л. Українки / Ін-т здоров'я та фіз. культури молоді Волин. держ. ун-ту ім. Л. Українки. – Луцьк, 1999. – С. 162–164.
- Жуков А. Д. Рожденная сотрудничать: к 50-летию ЮНЕСКО / А. Д. Жуков, Н. М. Канаев // Образование и наука на пороге III тысячелетия : тезисы докладов междунар. конгресса / Ин-т археологии и этнографии СО РАН. – Новосибирск, 1995. – С. 8.
- Жуковський І. В. Ресурсне забезпечення інформацією педагогічних кадрів у Франції / І. В. Жуковський // Рідна шк. – 2003. – № 2. – С. 76–77.
- Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / [наук. ред. С. Ю. Ніколаєва]. – К. : Ленвіт, 2003. – 261 с.
- Закон України «Про вищу освіту» № 2984–III, зі змінами від 13.03.2012 року [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2984-14>.
- Заморские владения Франции [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу : ru.wikipedia.org/wiki/Заморские_владения_Франции
- Зарецкая С. Л. Образование в контексте глобализации (вместо предисловия) / С. Л. Зарецкая // Глобализация и образование : сб. обзоров / Ин-т науч. информации по общественным наукам Рос. акад. наук. – М., 2001. – С. 5–20.
- Зорин И. В. Теоретические основы формирования содержания профессионального туристского образования : автореф. дисс. ... д-ра пед. наук : 13.00.08 – теория и методика профессионального образования / Зорин Игорь Владимирович ; Рос. междунар. акад. туризма. – М., 2001. – 33 с.
- Зязюн І. А. Філософія туризмології / І. А. Зязюн // Туризм на порозі XXI століття: освіта, культура, екологія : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., (19–20 жовт. 1999 р.) / Київ. ін-т туризму, економіки і права. – К., 1999. – С. 19–22.
- Зязюн Л. І. Нові тенденції у підготовці вчителів Франції / Л. І. Зязюн // Неперерв. проф. освіта: теорія і практика. Педагогіка, психологія. – 2002. – Вип. 2. – С. 177–192.
- Інститут Пуатьє: Дом гуманітарних наук Університета ім. Франсуа Рабле в Турі [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.univ-poitiers.fr/universitet-tur.livejournal.com>
- Иконникова С. Восприятие межкультурных различий / С. Иконникова. – М., 2003. – 475 с.
- Ионин Л. Культура на переломе: направление и механизмы современных культурных изменений / Л. Ионин // Социс. – 2004. – № 12. – С. 14–32.
- Калінічева Г. І. Модернізація системи вищої освіти України в контексті національних пріоритетів XXI століття [Електронний ресурс] / Г. І. Калінічева. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchu/N154/N154p023-030.pdf.
- Карчевський Є. М. Організація міжнародного туризму : посіб. / О. М. Карчевський. – Л. : ГТТУ, 2003. – 25 с.

- Лавриченко Н. М. Формування змісту навчальних програм для сучасних французьких коледжів / Н. М. Лавриченко // Директор шк. – 2003. – № 43. – С. 3–5.
- Лащик І. П. Соціокультурна динаміка ХХІ-го століття і завдання туристської освіти [Електронний ресурс] / І. П. Лащик. – 2001. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/SND/Economics/14_laschik%20i.p..doc.htm. – Назва з екрана.
- Лівенцова В. А. Стиль спілкування як інтегральний показник культури професійного спілкування менеджера / В. А. Лівенцова // Наук. зап. Вінниц. держ. пед. ун-ту. Сер.: Педагогіка і психологія / Вінниц. держ. пед. ун-т ім. М. Коцюбинського. – Вінниця, 2000. – № 2. – С. 127–132.
- Лиферов А. П. Интеграция мирового образования – реальность третьего тысячелетия : монография / А. П. Лиферов. – М. : Славян. шк., 1997. – 225с.
- Майбуров И. Высшее образование в развитых странах / И. Майбуров // Высш. образование в России. – 2003. – № 2. – С. 132–144.
- Максимец Л. Г. Визит в университет Западной Бретани (Франция) // Юридическое образование и наука. – 2000. – № 2. – С. 43.
- Манильская декларация по мировому туризму : принята Всемирной конференцией по туризму, проходившей в Маниле (Филлипины) с 27 сентября по 10 октября 1980 года // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні / за ред. В. К. Федорченка. – К., 2002. – С. 53–57.
- Мартиника [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.france-guide.ru/martinique.htm>
- Медников А. В. Формирование готовности студентов к профессиональной деятельности в туристских фирмах : дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.08 – теория и методика профессионального образования / Медников Андрей Викторович ; Рос. междунар. акад. туризма. – Сходня, 2000. – 119 с.
- Міжнародна школа комерції та управління у сфері туристичного та готельного бізнесу Ватель [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pfto/2011_13/files/P1311_52.pdf
- Менеджмент туризма : туризм как объект управления / Волошин Н. И., Исаева Н. В., Ильина Е. Н. [и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 302 с.
- Міжнародний інститут трудових і соціальних відносин в Діжоні [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.cdu.edu.ua/?show=4&kid=42
- Міжнародна академія менеджменту гостинності і туризму [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.solzet.ru/Page1727.html
- Минько В. М. Педагогічні дослідження у системі професійної підготовки вчителів у Франції / В. М. Минько // Педагог професійної школи : зб. наук. пр. / Ін-т педагогіки і психології проф. освіти АПН України; [упоряд. Н. Г. Николо]. – 2002. – Вип. 2. – С. 249–252.
- Мотова Г. К вопросу о международной аккредитации / Г. К. Мотова // Alma mater. Вестн. высш. шк. – 2003. – № 1. – С. 37–40.
- Навчальні заклади Франції [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.francetude.ru/content/view/218/67/lang/>
- Нантський університет [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.francetude.ru/content/view/504/67/lang/
- Національна доктрина розвитку освіти : затв. указом Президента України 17 квіт. 2002 р. № 347 // Дошкіль. виховання. – 2002. – № 7. – С. 4–9.
- Нормативні компоненти галузевого стандарту вищої освіти України з напрямку підготовки 0504 „Туризм”. – К. : КУТЕП, 2006. – 64 с.
- Носачева Е. А. Межкультурное образование как проблема педагогической науки Европейского союза / Е. А. Носачева. – Ростов : Ростов. гос. ун-т, 2000. – 43 с.
- Образование в ХХІ веке. Высшее образование в ХХІ веке: подходы и практические меры (Париж, Франция, 5–9 окт. 1998 г.). Образование для всех: выполнение наших общих обязательств (Дакар, Сенегал, 26–28 апр. 2000 г.) – К.: МАУП, 2001. – 64 с.
- Овчарук О. Компетентності як ключ до оновлення змісту освіти / О. Овчарук // Стратегія реформування освіти в Україні : рекомендації з освітньої політики / МОН України. – К., 2003. – С. 13–39.
- Онушкина Е. В. Непрерывное профессиональное образование взрослых во Франции : дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.08 – теория и методика профессионального образования / Е. В. Онушкина. – СПб., 2005. – 190 с.

Організація туризму : навч. посіб. для студ. вузів за фахом "Економіка і управління соціально-культурною сферою" / А. П. Дурович, Н. І. Кабушкин, Т. М. Сергєєва [та ін.] ; під ред. Н. І. Кабушкин, А. П. Дурович. – К. : Знання, 2003. – 630 с.

Организация туризма во Франции [Электронный ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://touristsnotes.net>

Орлеанський Університет [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.infrance.su/forum/showthread.php?t=80156

Осауленко А. Региональные особенности организации туристской деятельности / А. Осауленко. – Владивосток, 2001. – 187 с.

Официальный сайт министерства высшего образования и научных исследований Франции [Электронный ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/>

Официальный сайт министерства образования Франции [Электронный ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.education.gouv.fr/>

Охріменко І. В. Освіта і регіон: з досвіду співпраці освітніх і державних установ Франції / І. В. Охріменко // Освіта і управління. – 1998. – Т. 2, чис. 2. – С. 164–167.

Павличенко О. Рада Європи і питання освіти / О. Павличенко // Шлях освіти. – 1997. – № 1. – С. 33–35.

Паризька Школа готельного господарства і туризму [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.hoteldeparismontecarlo.com/

Педагогіка туризму : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. В. К. Федорченка, Н. А. Фоменко, М. І. Скрипник, Г. С. Цехмістрової. – К. : Слово, 2004. – 296 с.

Першукова О. Формуючи «європейську свідомість» : (європейський досвід структурування соціокультурного компонента змісту навчання іноземної мови / О. Першукова // Інозем. мови в навч. закл. – 2005. – № 2. – С. 106–115.

Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах: [підруч. для студ. ВНЗ] / Петрова І. В. – К. : Кондор, 2005. – 408 с.

Подольская Е. А. Критерии и барьеры академической мобильности: украинский вариант // Академічна мобільність – важливий чинник освітньої євроінтеграції України : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, (16–19 листопада 2010 р.). – Харків : НУА, 2010. – С. 267–274.

Полешко Л. Міжнародні і партнерські стосунки між вищими навчальними закладами / Л. Полешко // Право України. – 2002. – № 4. – С. 162–183.

Положення про освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту) : постанова Кабінету Міністрів України від 20 січ. 1998 р. № 65 // Офіц. вісн. України. – 1998. – № 3. – С. 202–207.

Попов И. Б. Направления, условия и методики зарубежных стажировок студентов вузов туристского профиля / И. Б. Попов // Дополнительное образование. – 2003. – № 2. – С. 11–17.

Прибережний університет Кот-д'Опала [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: marouinfo.com/.../Прибрежный%20университет%20Кот-д%20Опала/

Про розроблення державних стандартів вищої школи : постанова Кабінету Міністрів України від 7 серп. 1998 р. № 1247 // Офіц. вісн. України. – 1998. – № 32. – С. 30–35.

Про внесення змін до Закону України „Про туризм” [Електронний ресурс] : Закон України від 18 листоп. 2003 р. № 1282. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1282-15/page>. – Назва з екрана.

Про затвердження державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки : постанова Кабінету Міністрів України від 29 квіт. 2002 р. № 583. – К., 2002. – 20 с.

Про підтримку розвитку туризму в Україні : указ Президента України від 2.03.2001 № 127/2001 // Уряд. кур'єр. – 2001. – № 3. – С. 5–7.

Професійна освіта в зарубіжних країнах: порівняльний аналіз : монографія / за ред. Н. Г. Ничкало, В. О. Кудіна ; АПН України, Ін-т педагогіки і психології проф. освіти. – Черкаси : Вибір, 2002. – 389 с.

Профессиональные стандарты для туризма // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2000. – № 1. – С. 41–42.

Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 344 с.

Реймський університет [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: dic.academic.ru/dic.nsf/es/86863/РЕЙМСКИЙ

- Реюньон [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.france-guide.ru/reunion.htm>
- Сапрунова В. Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг / В. Б. Сапрунова. – М. : Ось-89, 1997. – 160 с.
- Світовий досвід організації сільського туризму : метод. посіб. Вип. 1 / В. Васильєв, П. Горішевський, Ю. Зінько, М. Рутинський ; [за ред. М. М. Осипової]. – О., 2009. – 56 с.
- Селевко Г. К. Компетентности и их классификация / Г. К. Селевко // Нар. образование. – 2004. – № 4. – С. 138–143.
- Сенин И. Социальная организация национального и международного туризма / И. Сенин. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 249 с.
- Система образования во Франции [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.francetour.ru/systemobr.htm>
- Скотт П. Реформы высшего образования в странах центральной и Восточной Европы: попытка анализа / П. Скотт // Alma mater. Вестн. высш. шк. – 2001. – № 9. – С. 48–52 ; № 10. – С. 44–52.
- Слободенюк Е. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами : автореф. дис. ...канд. філософ. наук : 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії / Слободенюк Ельвіра Василівна; Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди НАН України. – К., 2003. – 19 с.
- Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – К. : Слово, 2006. – 372 с.
- Спіцин Є. С. Освітня політика Ради Європи у галузі іноземних мов / Є. С. Спіцин // Наук. вісн. каф. ЮНЕСКО КДЛУ / Київ. держ. лінгв. ун-т. – К., 2000. – Вип. 3В-2. – С. 772–778.
- Середземноморський Університет Провансу [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.mediterranee.univ-mrs.fr>
- Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі висщої освіти / Європейська асоціація із забезпечення якості вищої освіти. – К. : [Ленвіт], 2006. – 35 с.
- Страсбурзький університет [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу : www.umb.u-strasbg.fr
- Тараненко І. Г. Розвиток життєвої компетентності та соціальної інтеграції: досвід європейських країн / І. Г. Тараненко // Кроки до компетентності та інтеграції у суспільство : наук.-метод. зб. / [редкол.: Н. Софій (голова), І. Єрмаков (кер. автор. колективу і наук. ред.) та ін.]. – К., 2000. – С. 37–40.
- Толковый словарь туристских терминов : Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес / авт.-сост.: Томилов И. С. Педагогические аспекты подготовки туристических кадров в условиях регулирования рыночных процессов : дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.08 – теория и методика профессионального образования / Томилов Иван Сергеевич; Рос. междунар. акад. туризма. – М., 1998. – 136 с.
- Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості : матеріали II-ої Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 10–11 жовт. 2001 р. / Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К., 2001. – 235 с.
- Туризм як об'єкт управління: Підручник для студентів вузів туристичного профілю. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 301 с.
- Туристична освіта України в Європейському вимірі : матеріали першого міжнар. укр.-пол. наук. семінару, (Івано-Франківськ – Яремче, 21–24 трав. 2007 р.). – Коломия : Вік, 2007. – 134 с.
- Тюлю Г. Качество профподготовки менеджера / Г. Тюлю // Высш. образование в России. – 2005. – № 11. – С. 78–82.
- Університет Західної Бретанії в Кемпері [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.univ-brest.fr/>
- Університет Кан Нижня Нормандія [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.unicaen.fr
- Університет Ренн II Верхній Бретанії [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.univ-rennes2.fr/>
- Університет в Анжері [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.francetude.ru/content/view/219/67/lang
- Університет Париж XII Валь-де-Марн [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.francetude.ru/content/view/550/67/lang/
- Університет Гренобля I [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.ujf-grenoble.fr>

Університет Нової Каледонії [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: ru.wikipedia.org/wiki/Університет_Новой_Каледонии

Університет Марн-ла-Вале [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.agoda.ru/europe/france/paris_mame_la_vallee.html

Університет в Перпеньяне [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: 029-Universitet-goroda-perpinjan.html

Університет в Тулоні [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: delarina.info/encyclopaedia/city/Toulon/

Університету ім. Блеза Паскаля м. Клермон-Ферран [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: fflas.tmweb.ru/faculty/international.../23-Blaise-Pascal-FFLAS.pdf

Університет ім. Сержи-Понтуаза [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: pma.fpm.kpi.ua/.../University_of_Cergy-Pontoise_

Університет Ніцци Софія Антиполіс fr:Université de Nice - Sophia Antipolis [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: ru.wikipedia.org/wiki/Університет_Ниццы_—_Софии_Антиполис

Університетський Інститут професійного менеджменту в сфері спорту Ніцци – Софія [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: kneu.edu.ua/ua/scince/francuzko.../marketing_management/

Університет ім. Поля Валері в Монпельє III [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: delarina.info/encyclopaedia/education/montpellier/

Університет Бордо III имени Мишеля де Монтень [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: ru.wikipedia.org/wiki/Університет_Бордо_III

www.megabook.ru/Article.asp?AID=617084

Університет Тулуза II Лё-Мирэй [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: [www.sfedu\\$news\\$.show_full?p_news=0&p_nws_id...](http://www.sfedu$news$.show_full?p_news=0&p_nws_id...)

Університет Анже [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.iut-angers-cholet.fr/diplomiya.com/content/universitet-anzhe

Університет Ліможа [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.francetude.ru/content/view/532/67/lang,/

Університет ім.Поля Верлена-Мец [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.francetude.ru/content/view/536/67/lang,/

Університет Нансі II [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.megabook.ru/Article.asp?AID=654666 / <http://www.univ-nancy2.fr>

Університеті Монпельє I [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki/Університет_Монпелье / venividi.ru/node/14970

Університет ім. Монтескьє Бордо IV [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: shumaska.wordpress.com/2012/06/19/franse/

Університет ім. Жана Мулена Ліон III [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.univ-lyon3.fr/> mapourinfo.com/.../Університет%20Жана%20Мулена%20Ліон%203/

Університет Шампань-Арденн в Реймсі [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.hse.ru/data/768/882/1224/dogovor1.doc

Університет Савойї [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.universitieshandbook.com/ru/directory/.../universite-de-savoie

Університет науки та технології Лілль I. [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki/Ліллський_університет / delarina.info/encyclopaedia/education/lille/

Університет Париж IV ім. Рене Декарта [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: scuio@paris4.sorbonne.fr www.privetparis.com/universiteti_i_businesshkoli_francii.html

Університет По и Адур [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.iagora.com/.../Universit%E9_de_Pau_et_des_Pays_de_l'Adour

Університет Антильських островів и Гвіани [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: mapourinfo.com/.../Університет%20Антильських%20островов%20и%20Гвианы/

Університет Тулуза 1 Капитолий [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.tolosa.ru/index.php?option=com_content&view...id...

Університеті ім. Франсуа Рабле в Турі [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.france-guide.ru/information/actualite/006.htm www.institutdetouraine.com

Університет Монтмузард в Бургундії [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: world-study.com.ua/burgundiya-universitet

Університет Пуатьє [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.megabook.ru/Article.asp?AID=665434 <http://www.univ-poitiers.fr>

Університет Артуа [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: ru.wikipedia.org/wiki/Університет_Артуа

Університет Паріж і Пантеон-Сорбонна [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: sodip@univ-paris1.fr <http://www.univ-paris1.fr>

Університет Ліон-ІІ ім. Люм'єра [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: vseslova.com.ua/word/Ліонський_університет-58063u

Уокер Д. Р. Введение в гостеприимство: учеб. пос. для студ. вузов / Д. Р. Уокер. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 213 с.

Устименко Л. М. Реалізація культурно-просвітнього потенціалу туризму в організації дозвілля молоді : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 – теорія, методика і організація культурно-просвітницької діяльності / Устименко Леся Миколаївна ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К., 2001. – 20 с.

Устименко Л. М. Історія туризму : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. М. Устименко, І. Ю. Афанасьєв. – К.: Альтерпрес, 2005. – 320 с.

Фоменко Н. А. Педагогіка вищої школи: методологія, стандартизація туристської освіти : [навч. посіб. для студ. ВНЗ] / Н. А. Фоменко. – К.: Слово, 2005. – 216 с.

Формування комунікативної компетентності майбутніх менеджерів : навч.-метод. посіб. / за заг. ред. О. А. Кузьменка. – К.: Логос, 2001. – 96 с.

Французская методика подготовки специалистов туризма и гостеприимства [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.valkiriya.ru/francuzskaya-metodika-podgotovki-specialistov-turizma-i-gostepriimstva.htm>

Французская Гвиана [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.france-guide.ru/guyane.htm>

Французська Полінезія [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: ru.wikipedia.org/wiki/Французская_Полинезия

Французський тихоокеанський Університет [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: znaimo.com.ua/Французька_Полінезія

Франжіаллі Ф. Тенденції розвитку міжнародного туризму : лекція Генерального секретаря ВТО / Ф. Франжіаллі. – К.: КУТЕП, 2002. – 25 с.

Фридман Ж. Досуг в повседневной жизни / Ж. Фридман. – СПб.: Питер, 2002. – 127 с.

Фукуяма Фр. Глобалізація безконечна / Френсис Фукуяма // І. – 2000. – № 19: Глобалізація, Європейський Союз та Україна. – С. 36.

Хартия туризма (1985) : одобрена 22 сентября 1985 г. на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні : зб. нормат.-правових актів. – К., 2002. – С. 87–89.

Хуторской А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированной парадигмы образования / А. В. Хуторской. – Х.: Изд-во Нац. ун-та внутр. дел, 2001. – 640 с.

Черноморова Т. В. Международные организации и глобализация образования / Т. В. Черноморова // Экономика образования. – 2002. – № 1. – С. 44–59.

Чорна Л. В. Нові підходи до організації післядипломної освіти менеджерів туризму / Л. В. Чорна // Вісн. Черкас. ун-ту. Сер.: Пед. науки / Черкас. нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. – Черкаси, 2007. – Вип. 113. – С. 81–85.

Чорна Л. В. Підходи зарубіжних учених до формування змісту туристичної освіти в процесі її розвитку / Л. В. Чорна // Зб. наук. пр. Полтав. держ. ун-ту ім. В. Г. Короленка. Сер.: Пед. науки / Полтав. держ. ун-т ім. В. Г. Короленка. – Полтава, 2008. – Вип. 3. – С. 32–38.

Чорна Л. В. Організація якісної практичної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму / Л. В. Чорна // Вісн. Черкас. ун-ту. Сер.: Пед. науки / Черкас. нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. – Черкаси, 2008. – Вип. 124. – С. 77–82.

- Цехмайстрова Г. С. Діагностика якості процесу навчання при підготовці фахівців для сфери туризму / Г. С. Цехмайстрова // Педагогіка і психологія проф. освіти. – 2002. – № 1. – С. 179–187.
- Шевченко А. Система освіти у Франції / А. Шевченко // Рідна шк. – 2001. – № 2. – С. 71–77.
- Шишов С. Е. Понятие компетенции в контексте качества образования / С. Е. Шишов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 1999. – № 2. – С. 30–34.
- Школа кулінарного мистецтва та готельного господарства в Ліоні [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: www.artofhospitality.co.uk/course_on_offer.html/
- Школа готельного менеджменту (Невшатель) [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: tourlib.net/books_ukr/pedtur52.htm
- Эйхельбаум де Бабини А. М. Сходства и различия в развитии современных моделей образования / Анна Мария Эйхельбаум де Бабини // Перспективы. Вопросы образования. – 2002. – № 4. – С. 51–53.
- Activité professionnelle // Recueil d'études sociales. – Paris, 2002. – No. 25. – P. 119-Ain B.G. Les universités allemandes a la recherche de l'excellence /B.G. De L Ain // Documents. - Paris, 2000. – No. 4. – P. 92–93.
- Abouville A. Entreprendre un bilan de compétences et réussir son projet professionnel /A.Abouville, M.-M.Bernier, P.-A. Carpentier. – Dunod, 2000. – 203 p.
- Altbach Ph. Academic Freedom in a Global Context: 21st Century Challenges / Ph. Altbach // The NEA Almanac of Higher Education. – 2007. – P. 49–56.
- Altbach Ph. Globalization and the university: myths and the realities in an unequal world / Ph. Altbach // Tertiary Education and Management. – Springer, 2004. – № 10. – P. 3–25.
- Analyse de pratiques professionnelles et entrée dans le métier actes du séminaire organisé par la DESCO les 23-24 janvier 2002 à Paris Buc: CRDP de l'académie de Versailles, 2002. – 117 p.
- Ancel F. Le succès croissant de la validation des acquis professionnels dans l'enseignement professionnel s'est confirmé en 2001 / F. Ancel. – Note d'information: jan. 2003. – N°03-04. – P. 1–4.
- An Introduction to TEDQUAL // a Methodology for quality in Tourism Education and Training. – Madrid: WTO, 1997. – 137 p.
- Anne-Nyssen M.-C. Questions d'éducation. L'apprentissage de la lecture en Europe / M.-C. Anne-Nyssen, S. Terwagne, J. Fijalkow. – Toulouse : Presses Universitaires du Mirail, 2001. – 256 p.
- Amoux P. 2003: la grande révolution des formations /P.Amoux // Nouvel économiste. – Paris, 2003. – No. 1213. – P. 42-51.
- Assemblée nationale, L'enjeu touristique, débat sous la présidence de M. Jacques Dominati, 1987. – P. 56–57.
- Assemblée Nationale et Sénat, Avis et Rapports sur les projets de lois de finances en matière de tourisme / Documents parlementaires, Journaux Officiels. – Paris, 1998. – P. 45–48.
- Auduc J.-L. Le système éducatif français / J.-L. Auduc, J. Bayard-Pierot. – CDRP : Académie de Creteil, 2000. – 192 p.
- Bagot L. Harvard: université de l'élite mondiale / L. Bagot // Problèmes écon. – Paris, 2001. – No. 2721. – P. 17-20.
- Barry A. Differentiation et diversification: Clarification conceptuelle et enjeux / A. Barry // La vie pédagogique. – 2004. – №130. – P. 20–24.
- Basdevant O. Croissance, R&D et formation: une revue de la littérature / O. Basdevant // Problèmes écon. – Paris, 2002. – No. 2776. – P. 14–20.
- Basso O. Tu seras patron mon fils ! Les grandes écoles de commerce face au modèle américain / O.Basso, Ph.-P.Domier, J.-P. Mounier. – Paris: Village Mondial, 2004. – P. 123-125.
- Bautier E. Exclusions et éducations (2) Educations / E. Bautier, M.Matonog. // Revue de diffusion des savoirs en éducation : jul-sept 1995. – N°4. – P. 14–57.
- Bartell M. Internationalisation of universities: a university culture-based framework / M. Bartell // Higher education. - Dordrecht etc., 2003. – Vol. 45, No. 1. – P. 43–70.
- Bauer et Bénédicte Bertin-mouroit M. Les 200 en France et en Allemagne. Deux modèles de détection, sélection, formation des dirigeants de grandes entreprises / M. Bauer et Bénédicte Bertin-mouroit. – Paris: CNRS/Heidrick and Struggles, 1992. – P. 24-25.
- Bedard K. Human capital versus signaling models: University access and high school dropouts / K. Bedard // J. of polit. economy. – Chicago, 2001. – Vol. 109, No. 4. – P. 749–775.
- Beduwe C. Les notes du Lirhe. Les logiques de l'élévation des niveaux de formation de la hausse à la stabilisation / C. Beduwe, J.-F. Germe. –Toulouse: LIRHE, 2003. – 34 p.
- Beillerot J. L'aide individualisée: Une affaire a deux! / J. Beillerot // Education et Formations. – 2003. – №65. – P. 115–118.

- Beaud S. Les "bacs pro" à l'université. Récit d'une impasse / S.Beaud, M. Pialoux // Rev. fr. de pédagogie. – P., 2001. – No. 136. – P. 87–95.
- Bennett J. M. Developing intercultural sensitivity: An integrative approach to global and domestic diversity / J. M. Bennett, M. J. Bennett // Handbook of intercultural training / ed. by D. Landis (3rd ed.). – CA : Sage. – 2004. – P. 147–165.
- Bernardo B. A. International Higher Education: Models, Conditions and Issues [Electronic resource] / A. B. Bernardo // PASSCN Discussion Paper № 2001–12, – 2002. – 50 p. – URL : <http://pascn.pids.gov.ph/DiscList/d01/s01-12.pdf>.
- Berthoud A.-C. Acquisition des compétences discursives dans un contexte plurilingue / A.-C. Berthoud // Bulletin Suisse de linguistique appliquée. – VALS/ASLA, 1996. – 64 p.
- Blöss T. Les nouveaux "acteurs" de la sélection universitaire: les bacheliers technologiques en question / T. Blöss, V. Erlich // Rev. fr. de sociologie. – Paris, 2000. – octobre/décembre, A. 41, No. 4. – P. 747–775.
- Bourdoncle R. Qu' est-ce qu'une formation professionnelle universitaire / R. Bourdoncle, C. Lessard // Rev. fr. de pédagogie. – P., 2003. – No. 142. – P. 131–181.
- Bru E. Vers une Europe des doctorants? / E. Bru // Recherche. – P., 2002. – No. 354. – P. 70.
- Brucy G. Histoire de l'éducation. Histoire des diplômes de l'enseignement technique et professionnel (1880-1965) /G. Brucy// l'Etat, l'Ecole, les Entreprises et la certification des compétences. – Paris - Belin, 1998. – 285 p.
- Bruder D. A la recherche de l'établissement citoyen / D. Bruder. – Paris: L'Harmattan, 2002.– 234 p.
- Byram M. Teaching and assessing intercultural communicative competence / M. Byram // Clevedon, Multilingual Matters. – 1997. – P. 45–46.
- Caboche A. Aperçu du système éducatif français / A.Caboche. – Paris, Ciep, 1992. – 161 p.
- Cahuzac E. Conception du diplôme et formes d'usage du CAP / E.Cahuzac, F.Maillar, M.Ourtaud // L'Orientation scolaire et professionnelle : juin 29, 2000. – N°2. – P. 377–399.
- Cahuzac R.-D. Les dispositifs de formation en alternance au collège Les dispositifs de formation en alternance au collège / R.-D. Cahuzac, B. Doriath // Rapport à Monsieur le ministre de la Jeunesse, de l'Education nationale et de la Recherche. – Paris: Ministère de la Jeunesse, de l'Education nationale, 2003.– 43 p.
- Calenge B. Les bibliothèques universitaires entrent dans le XXI siècle / B. Calenge // Bull. des bibl. de France. – P., 2001. – T. 46, No. 3. – P. 93–95.
- Cardi F. Les dossiers. La dynamique de construction des projets des lycéens professionnels / F.Card, V.Cohen, P.Kergoat. – Vanves : DEP, 2004. – 105 p.
- Chevalier-Coyot M. Programmes personnalisés de réussite éducative / M. Chevalier-Coyot, A. Houchot, G. Matringe et al. – Paris: Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche, 2006. – 164 p.
- Cohen-Scali V. Alternance et identité professionnelle. Formation permanente, éducation des adultes / V. Cohen-Scali. – Paris: PUF, 2000. – 219 p.
- Colomb J. Regards des élèves des voies technologiques et professionnelles sur les disciplines d'enseignement général / J. Colomb // Documents et travaux de recherche en éducation tio. – Paris: INRP, 1999. – 248 p.
- Commissariat Général au Plan, Rapports des groupes de travail sur le tourisme ou les loisirs et le tourisme, au moment de l'élaboration des plans, La Documentation Française, Paris, 2000. – P. 28–34.
- Conseil de l'Europe La formation professionnelle initiale une question de société / Revue internationale d'éducation – CIEP : déc. 2003. – N°34. – P. 31–148.
- Centre d'étude de la commercialisation et de la distribution (CECOD) ouvrir un restaurant theuman // Tourisme. Restaurant. Restauration. – Paris: CECOD, 1993. – 268 p.
- Chartier C. Les 10 défis de l'université / C. Chartier // Express. – Paris, 2001. – No. 2629. – P. 53-56.
- Comprendre le cerveau: vers une nouvelle science de l'apprentissage Auteurs: Centre pour la Recherche et l'Innovation dans l'Enseignement. – Paris: OCDE, 2002. – 133 p.
- Cuche D. La fabrication des 'Gadz'arts'. Esprit de corps et inculcation culturelle chez les ingénieurs Arts et Métiers / D.Cuche // Ethnologie française. – 1988. – XVIII, 1. – P. 42–54.
- Damas M. Le collège unique / Le système éducatif / M. Damas // Cahiers français. – Paris: La documentation française, 1998. – № 285, mars-avril. – P. 25–29.
- Delahaye J.-P. Le collège unique, pour quoi faire? Les élèves en difficulté au Coeur de la question / Jean-Paul Delahaye. – Paris: Retz, 2006. – 158 p.

- Descampe S. Etude des pratiques de remediation et de pedagogie differenciee dans le cadre de la mise en place des cycle / S. Descampe, F. Robin & P. Tremblay. – Bruxelles: Universite Libre de Bruxelles: Faculte des sciences psychologiques et de l'education: Service des sciences de l'education. – 2007. – 75 p.
- Development of Standards in Vocational Education and Training. – EC: European Training Foundation, 1998. – Vol. 1.– P. 78-92.
- Doriath B. L'offre de formation de haut niveau rapport / B. Doriath, A. Séré. – Paris: Ministère de la Jeunesse, de l'Education nationale, 2003. – 36 p.
- Ducassou D. Collectivités locales et universités / D. Ducassou // Bull. des bibl. de France. – P., 2001. – T.46, No. 3. – P. 27–33.
- Dupriez V. Eleves en difficulté d'apprentissage: Parcours et environnements éducatifs différenciés en fonction des structures scolaires / V. Dupriez & X. Dumay // Les cahiers de recherche en éducation et formation. – 2006. – №51. – P. 7–48.
- Entrer, étudier, réussir à l'université // Rev. fr. de pédagogie. – Paris, 2001. – No. 136. – P. 5–116.
- Euriat M. Le recrutement social de l'élite scolaire en France. Évolution des inégalités de 1950 à 1990 / M. Euriat, C. Thélot. // Revue française de sociologie. – n° 36. – 1995. – P. 403–438.
- European Glossary on Education. – Vol.1. Examinations, Qualification and Titles. – EURYDICE, Brussels, 1999. – 223 p.
- Fave-Bonnet M.-F. Des "Héritiers" aux "nouveaux" étudiants: 35 ans de recherches / M.-F. Fave-Bonnet, N. Clerc. // Rev. fr. de pédagogie. – Paris, 2001. – No. 136. – P. 9–19.
- Feyte G. Conseil national du tourisme, L'aménagement touristique du territoire et la protection des zones sensibles / G. Feyte, D. Grandjean. – 1991. – P. 23.
- Formica S. European hospitality and tourism education: differences with the American model and future trends / Sandro Formica // International Journal of Hospitality Management. – 1996. – №15(4). – P. 317–323.
- Foulin J.-M. Psychologie de l'éducation / J.-M. Foulin S. Mouchon, M. Fayol. – Paris: Nathan, 1998. – 128 p.
- Freyer W. Reisen und Konjunktur / W. Freyer. – Berlin, 1986. – S. 57–108.
- Gerard S.M. "Who are the actors in the government of French universities? The paradoxical victory of deliberative leadership" / S.M. Gerard // Higher education. – Dordrecht etc., 2003. – Vol. 45, No. 1. – P. 71–89.
- Grubb N. W. Vocationalism in higher education: The triumph of the education gospel / N. W. Grubb, M. Lazerson // The Journal of Higher Education. – 2005. – Vol. 76. – № 1. – P. 1–26.
- Halfpap K. Vers un apprentissage pour l'avenir expériences pratiques / K. Halfpap. – Formation professionnelle. Revue européenne: 2001. – N°23. – P. 57-64.
- Haywood K. M. A conceptual model of the education and employment interface for the tourism industry / K. M. Haywood, K. Maki. – Oxford: CAB, 1992. – 342 p.
- Hébuterne-Poinssac B. Technologies de l'éducation et de la formation / B. Hébuterne-Poinssac // Education. Et formation. – Paris: PUF, 2000. – 118 p.
- Hodson P. Quality assurance in higher education: Fit for the new millennium or simply year 2000 compliant ? / P. Hodson, H. Thomas // Higher education. – Dordrecht etc., 2003. – Vol. 45, No. 3. – P. 375– 387.
- Hollier R. Le tourisme dans la Communauté Européenne, P.U.F., Que sais-je? / R. Hollier, A. Subremon. – Paris: UNESCO, 1990. – P. 103–105.
- Holloway C. The tourism core curriculum: a role for behavioural studies / C. Holloway // In: Richards G. ed.: Tourism in Central and Eastern Europe: Educating for Quality. – The Netherlands, Tilburg: University Press, 1996. – P. 34.
- Houdart Ph. Universités où réussir ses études / Ph. Houdart, F. Malye, J. Vincent // Point. – P., 2001. – No. 1490. – P. 66–87.
- Huguet D. Economie et politique du tourisme, Librairie générale du droit et de jurisprudence / D. Huguet, G. Pierre. – Paris: UNESCO, 1998. – P. 23–24.
- Hull R.-P. La formation professionnelle en Europe: regards croisés / R.-P. Hull, Veronika, J.-L. Lema. – Paris: Ministère de la Jeunesse, de l'Education nationale, 2003. – 30 p.
- Husti A. La dynamique du temps scolaire. Pédagogies pour demain / A. Husi // Références. – Hachette, 1999. – 155 p.
- Jarcini P. Innovation et réseaux sociaux / P. Jarcini // Recherche et formation: 2000. – N°34. – 100 p.
- Jandala C. Education as a quality factor of tourism / C. Jandala // Tourist Review. – 1997. – Vol. 52, № 4. – P. 18–21.
- Jafari J. Research and scholarship: The basis of tourism education / J. Jafari // Journal of Tourism Studies. – 2003. – Vol. 14. – № 1. – P. 6–16.

Jouvenet L.-P. Préparer l'insertion professionnelle et sociale de l'élève / L.-P. Jouvenet // Champ de réflexion, champ d'actions. – Lyon: Centre des Recherches Pédagogiques. – 1997. – 187 p.

IHTTI-School-of-Hotel-Management Neuchatel [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Офіційний сайт. – Режим доступу: www.estudy.ru/swiss/IHTTI_School_of_Hotel_Management_Neuchatel/

Key Topics in Education in Europe. Vol. 3 //The Teaching Profession in Europe. Profile, Friends and Concerns. – Report II: Supply and Demand. – General Lower Secondary Education : Eurydice, 2002. – 156 p.

Kloczowski J. Uniwersytet XXI stulecia / J. Kloczowski // Przegląd humanistyczny. – W-wa, 2001. – R. 45, No. 5. – S. 1–11.

Kotler P. Marketing for Hospitality and Tourism. Upper / P. Kotler, J. Bowen, J. Makens. – Saddle River: Prentice Hall. – 1996. – 354 p.

Lazuech G. La question de la formation des "managers" dans les écoles de commerce et d'ingénieurs en France depuis le début des années 80, in Monique de Saint Martin, Mihai Dinu Gheorghiu (dir.). / G. Lazuech //Les écoles de gestion et la formation des élites. – Paris, MSH, 1997. – P. 203-222.

Le certificat d'aptitude professionnelle (CAP) L-Décret n° 2002-463 du 4.4.2002 – Le BO n° 19 du 9.5.2002. – 30 p.

Le diplôme d'accès aux études universitaires // Recueil d'études sociales. – Paris, 2000. – No. 19. – P. 137–146.

Legrand A. Le premier cycle du supérieur / A. Legrand // Education et formations : juin 1997. N°50. – P.5–105.

Le mémoire professionnel en IUFM Les Sciences de l'éducation pour l'ère nouvelle : 2001. – N°4. – P. 31–162.

Le More H. Classes dirigeantes, classes possédante / H. Le More // Essai sociologique sur l'École des Hautes Études Commerciales. – Paris: EHESS, thèse de doctorat, 1976. – P. 56–58.

L'enseignement de la littéracie au XXIème siècle nouveaux enjeux, nouvelles perspectives //Revue des sciences de l'éducation, 2003. – N°1. – P. 3–210.

Le palmarés des grandes écoles de demain / C. Golliau, É. Leydier, V. Peiffer, M. Revol, F. Malye // Point. – Paris, 2003. – No. 1581. – P. 66–83.

Lessard C. Q 'est-ce q 'une formation professionnelle universitaire?: Conceptions de luniversité et formation professionnelle /C. Lessard, R. Bourdoncle // Rev. fr. de pédagogie. – Paris, 2002. – No. 139. – P. 131–153.

Les politiques de recherche en éducation dans les pays industriels // Actes du Colloque APEC. – Sevres – Revue afec № 43. – 1990. – 168 p.

Lieury A. Psychologie cognitive de l'éducation /A. Lieury, F. De / La Haye //Les Topos. – Paris: Dunod, 2004. – 126 p.

Lixi C. Prévisions à deux and des principales filières de l'enseignement supérieur / C. Lixi // Recueil d'études sociales. – P., 2000. –No. 20. – P. 151–155.

Lombard J. L' école et les savoirs / J. Lombard // Education et philosophie. – Paris : L'Harmattan, 2001. – 157 p.

Louden W. Collegiality, curriculum and educational change / W. Louden // Curriculum journal. – 1991. – Vol. 2 (3). – P. 361–373.

Loyer E. La débâcle, les universitaires et la Fondation Rockefeller: France /E.Loyer / États-Unis, 1940-1961 // Rev. d'histoire mod. et contemporaine. – P., 2001. – T. 48, No. 1. – P. 138–159.

Maillard F. Les notes du LIRHE. Déclin et relance du CAP: les ambivale-nces d'une politique éducative / F. Maillard, M. Ourtan. – Toulouse : LIRHE, 2003. – 19 p.

Marois W. Programme de travail pour l'enseignement professionnel et technologique / W. Marois. – Rennes: Académie de Rennes, 1998. – 37 p.

Martin D. Connaissances et compétences des atouts pour la vie – Premiers résultats de PISA / D.Martin // Enseignement et compétences. – Paris: OCDE, 2001. – 342 p.

Maurice D. Réussir la première année a luniversité. La transition Secondaire-Université: le projet Boussole | D.Maurice // Rev. fr. de pédagogie. – P., 2001. – No. 136. – P. 77-86.

Mélenchon J.-L. Le manifeste pour une école globale – La République sociale /J.-L. Mélenchon. – Paris: L'Harmattan, 2002. – 174 p.

Meuleau M. Les HEC et l'introduction du management en France / M. Meuleau Paris: Université Paris X – Nanterre, 1992. – P. 67–68.

Meuret D. Pourquoi les jeunes Français ont-ils a15 ans des compétences inférieures a celles de jeunes d'autres pays? / D. Meuret // Rev. fr. de pédagogie. – Paris, 2003. – No. 142. – P. 89–104.

Ministère du Tourisme, Direction des industries touristiques, Statistiques du tourisme. – 2010. [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – / Режим доступу: www.tourisme.gouv.fr/

- Monchablon A. France: System of Education / A. Monchablon // The international Encyclopedia of Education. – Sec. Ed. – Oxford, New York, Tokyo: Pergamon, 1994. – P. 2377-2385.
- Mons N. Comment l'école peut-elle s'adapter à chaque élève? / Natalie Mons // Le Monde de l'éducation. – Paris, 2008. – №5. – P. 53–58.
- Mons N. Les nouvelles politiques éducatives: La France fait-elle les bons choix? / Natalie Mons. – Paris: Presses universitaires de France, 2007. – 58 p.
- Moreau G. Les patrons, l'Etat et la formation des jeunes / G. Moreau. – Paris: La Dispute, 2002. – 242 p.
- Morey A. Changing higher education curricula for a global and multicultural world / A. Morey // Higher education in Europe. – April 2000. – no. 1. – P. 25.
- MSc, EMBA, MBA, LLM & others [Электронный ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.parta.org/services/>
- Nique C. L'école au service du gouvernement des esprits / C. Nique, F. Guizot // Portraits d'éducateurs. – Hachette, 2000. – 159 p.
- Nowak M. A quand une web université française? / M. Nowak // Recherche. – Paris, 2000. – No. 337. – P. 92.
- Occupational Outlook Handbook (OOH), 2008-10 Edition [Электронный ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.bls.gov/oco/>
- Panorama on Tourism 2011 // EUROSTAT [Электронный ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=2953,66450428,2953_66450743&_dad=portal&_schema=PORTAL Дата доступа: 24.12.2011
- Pasqualini J. Tourisme en Europe. Actions Touristiques / J. Pasqualini, B. Jacquot. – Paris: Dunod, 1992. – P. 18–25.
- Pauron A. Quelle est la "valeur ajoutée" des universités? / A. Pauron // Problèmes écon. - P., 2001. – No. 2735. – P. 28–32.
- Pavaux J. L'économie du transport aérien, La concurrence impraticable, Economica, 1984, "Transports" / J. Pavaux in Encyclopédie Economique, X. Greffe, J. Mairesse, L. Reiffers. – Economica, 1990. – P. 78–95.
- Pavesic D. Hospitality Education 2005: Curricular and Programmatic Trends / D. Pavesic // Hospitality Research Journal. – 1993. – Vol. 17 (1). – P. 285–294.
- Peretti C. Dix-huit questions sur le système éducatif / C. Peretti // La Documentation française. – Paris: Les études de la Documentation française. – 2004. – 254 p.
- Picht R. Renaissance durch Globalisierung? Europäische Wissensgesellschaften auf der Suche nach Bildung / R. Picht // Merkur. – Stuttgart, 2001. – Jg. 55, H. 3. – S. 211–221.
- Powers T. A bright Future for Hospitality Education. Providing Value in the 21st century / T. Powers, C. Riegel // Hospitality research Journal, Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE). – 1998. – Vol. 17. – №1. – P. 212–214.
- Prost A. Pour un programme stratégique de recherche en éducation, rapport / A. Prost. – Paris: Ministère de l'Education nationale, 2001. – 78 p.
- Quannod C. Quels savoirs et quelles compétences faire acquérir à tous les jeunes? / C. Quannod // Cahier La famille et l'école : oct. 2004. – N°55. – P. 22-33.
- Rankl U. La tentation communautariste à l'université / U. Rankl, A. Singer // Point. – Paris, 2002. – No. 1543. – P. 54–56.
- Rapport mondial sur l'éducation... / UNESCO, 2000: Le droit à l'éducation: Vers l'éducation pour tous tout au long de la vie. – Paris: UNESCO, 2000. – 182 p.
- Rapport de l'Inspection générale de l'Education nationale – 2003 Auteurs : IGEN Paris : La Documentation française, 2003. – 371 p.
- Reforms and Changes in Higher Education: International Perspectives. / Ed. by J. E. Mauch, L.W. Paula. – New York & London: Garland Publishing, Inc., 1995. – 308 p.
- Regards sur l'insertion après l'université // Formation emploi. – Paris, 2002. – No. 79. – P. 19–108.
- Reigel C. D. Hospitality and tourism: Careers in the world's largest industry / C. D. Reigel, M. Dallas // A guide to College Programs in Culinary Arts, Hospitality and Tourism. – 1999. – Vol. 6, № 6. – P. 9–36.
- Resolution of the Council and the Ministers of Education Meeting within the Council on the European Dimension in education (24 May 1988) 88 / C 177/02 // ATEE News. – 1992 / 1993. – № 38/39. – P. 31-32.
- Review symposium: the international study of higher education reforms series // Higher education quart. - Oxford; N.Y., 2001. – Vol. 55, No. 1. – P. 78–99.
- Renoult D. Le plan U3M en île-de-France / D. Renoult // Bull. des bibl. de France. – Paris, 2002. – T. 47, No. 2. – P. 4–11.

- Richards G. Tourism marketing Education in Europe / G.Richards. – London: ATTT Presentation, 1997. – P. 5–6.
- Ritchie J.R. Brent New Horizons, New Realities: Perspectives of the Tourism Educator / J.R. Ritchie // World Travel and Tourism Review. – Oxford: CAB International, 1992. – Vol. 2. – pp. 257–263.
- Ritchie J. R. Design and development of the tourism and hospitality management curricula / J. R. Ritchie // Tourism Recreation Research. – 1995. – Vol. 20, № 2. – P. 7–13.
- Ritchie J. R. Hybrid programs in tourism and hospitality : A review of strengths, weaknesses and implementation issues / J. R. Ritchie, S. Hudson, L. R. Sheehan // Acta Turistica. – 2002. – Vol. 14, № 1. – P. 29–45.
- Robin N. Le baccalauréat professionnel session 2001 /N.Robin, B.Vellozzi // Note d'information: jul. 2002. – N°02-37. – P. 1–6.
- Ross G. F. Tourism / Hospitality Management Employment Interest as Predicted by Job Attributes and Workplace Evaluations / G. F. Ross // Tourism Recreation Research. – 1995. – Vol. 20 (2). – P. 63–71.
- Rouet J.-F. Cognition et technologies d'apprentissage Rouen /J.-F. Rouet // Notion, 2001. – 11 p.
- Ryba R. Toward a European Dimension in Education: Intention and reality in European Community Policy and Practice / R. Ryba // Comparative Education Review. – 1992. – Vol. 36. – № 1. – P. 10–24.
- Sachot M. Le référentiel d'apprentissage et de formation un outil didactique / M. Sachot // Recherches didactiques en sciences humaines. – CIRID – CRDP d'Alsace. Strasbourg: CRDP d'Alsace, 1998. – 160 p.
- Scallon G. L'évaluation des apprentissages dans une approche par compétences / G. Scallon // Pédagogies en développement. Bruxelles: De Boeck Université, 2004. – 342 p.
- Schäffter O. Weiterbildung in der Transformationsgesellschaft – Zur Grundlegung einer Theorie der Institutionalisierung. ABWF e. V. (Hrsg.), 1998. – S. 216–218.
- Schelten A. Einführung in die Berufspädagogik / A. Schelten. – Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 1994. – 307 S.
- Schleissing S. Orientierung in der Wissenswelt / S. Schleissing // Universitas. – Stuttgart, 2001. – Jg. 56, H. 655. – S. 2–3.
- Sean J. Student Mobility and Credit Transfer: A National and Global Survey [Electronic resource]. – Назва з титул. екрану. – / J. Sean, A. Usher. – Educational Policy Institute, 2008. – URL. – Режим доступу: : www.educationalpolicy.org.
- Seeber S. Bildungscontrolling – ein interdisziplinärer Forschungsbereich in der Spannung von ökonomischer und pädagogischer Rationalität / S. Seeber, E. Krekel, J. van Buer J. – Bonn: HRK, 2000. – 456 S.
- Shepherd R. Innovations in Tourism Education and Training // Tourism Recreation Research /R. Shepperd, C. Cooper. – 1995. – Vol. 20 (2). – P. 14–24.
- Sigala M. The evolution of internet pedagogy: Benefits for tourism and hospitality education / M. Sigala // Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education. – 2002. – Vol. 2. – № 2. – P. 29–45.
- Smith M. K. Curriculum theory and practice' the encyclopaedia of informal education [Electronic resource] / M. K. Smith. – URL : <http://www.infed.org/biblio/b-curric.htm>.
- Sparrowe R. Getting Ahead in the Hospitality Industry: An Event History Analysis of Promotions Among Hotel and Restaurant Employees. Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE) / R. Sparrowe, P. Popielarz. – Conference Abstract. – 1995. – P. 45–56.
- Student mobility within the European Union: a statistical analysis. Paris: European Institute of education and social policy, 1996. – P. 23–24.
- The Right to Education: Towards Education for all Throughout Life / World Education Report 2000. – Paris: UNESCO, Apr. 2000. – P. 56–78.
- Tosun C. Host Perceptions of Impacts. A Comparative Tourism Study / C. Tosun // Annals of Tourism Research. – 2007. – 29(1). – P. 231–253.
- Toulemonde B. Le système éducatif en France / B. Toulemonde. – Paris: La Documentation française, 2003. – 191 p.
- Tournaire R. Enseignement: la dérive / R. Tournaire. – Paris: L'Harmattan, 1997. – 189 p.
- Tribe J. An International handbook of tourism education / J. Tribe – Elsevier Ltd., 2005. – 240 p.
- Zivitere M. Innovations in tourism education development / Marga Zivitere // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2008. – № 1. – С. 27–37.
- Vanhille B. Démarches d'individualisation.Vers un modèle convergent formation initiale / B. Vanhille // Les Cahiers d'études du CUEEP: nov. 1997.– N°34.– 153 p.

- Vargas C. Sustainable development education: averting or mitigating cultural collision // International journal of educational development. – September 2000. – vol. 20. – n. 5. – pp. 377–396.
- Villette M. École de l'élite et savoirs ordinaires. L'École supérieure de commerce de Paris en 1990–1992, in Monique de Saint Martin, Mihai Dinu Gheorghiu (dir.) / M. Villette // Les Écoles de gestion et la formation des élites. – Paris, MSH, 1997. – P. 140–158.
- Wendy W. International Cooperation in Higher Education: Theory and Practice / W. Wendy // Journal of Studies in International Education. – Amsterdam : SAGE Publications, Spring 2004. – Vol. 8, № 1. – P. 32–55.
- Williams J. The Challenge of Multi-department Management for Future Hospitality Graduates / J. Williams, F. DeMicco // Journal of Hospitality and Tourism Education 1998. – 10(1). – P. 13–17.
- World Education Services [Electronic resource]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.wes.org>.
- World Tourism Organization (WTO). Educating the Educators in Tourism // Instituto de Turismo, Empresa y Sociedad y Universidad Politécnica de Valencia, Madrid, 2005. – P. 45–48.
- World Tourism Organization: facts and figures [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.worldtourism.org/facts/menu.html>
- World at Glance: Executive summary // World Tourism and Travel Council [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: http://www.wttc.org/download.php?file=http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/exec_summary_final.pdf
- Wright P.W.G. Markers of authentic place? The significance of degrees, awards and qualifications in the analysis of higher education systems // Higher education quart. – Oxford; N.Y., 2001. – Vol. 55, No. 2. – P. 109–130.

ПЕРЕЛІК ДОДАТКІВ

- ДОДАТОК А. Перелік вищих навчальних закладів туристського профілю
- ДОДАТОК Б. Перелік міжнародних декларацій і організацій з проблем туризму
- ДОДАТОК В. Головні кваліфікації у вищій туристській освіті Франції
- ДОДАТОК Д. Перелік основних спеціалізацій за напрямком «Туризм»
- ДОДАТОК Е. Глосарій туристичних термінів
- ДОДАТОК Ж. Перелік професій в туризмі
- ДОДАТОК З. Основні критерії туризму
- ДОДАТОК К. Перелік спеціалізацій за напрямком «Туризм» зі знанням іноземних мов
- ДОДАТОК Л. Форми туризму
- ДОДАТОК М. Зміст навчання в вищих навчальних закладах туристського профілю
- ДОДАТОК Н. Перечень об'єктів культурної спадщини



ДОДАТОК А

Перелік вищих навчальних закладів туристського профілю

1. Інститут Пантеон Сорбонна Париж I
2. Інститут Пуатьє: Дом гуманітарних наук Університета Франсуа Рабле де Тур
3. Інститут ім. Поля Бокюза
4. Інститут туристичного та готельного бізнесу Ватель в Парижі
5. Інститут туристичного та готельного бізнесу Ватель в Ліоні
6. Інститут туристичного та готельного бізнесу Ватель в Німі
7. Інститут туристичного та готельного бізнесу Ватель в Бордо
8. Інститут управління в сфері туризму Університету Бордо III
9. Міжнародний інститут трудових і соціальних відносин в Діжоні
10. Міжнародна школа комерції та управління у сфері туристичного та готельного бізнесу Ватель
11. Корсиканський Університет ім. Паскаля Паолі
12. Міжнародна академія менеджменту гостинності і туризму
13. Нантський університет
14. Орлеанський Університет
15. Паризький Інститут Європейських знань
16. Паризька Школа готельного господарства і туризму
17. Прибережний університет Кот-д'Опала
18. Реймський університет
19. Середземноморський Університет Провансу
20. Страсбурзький Університет
21. Університет ACCOR,
22. Університет Анже
23. Університет Артуа
24. Університет в Анжері
25. Університет на Антильських островах и Гвіани
26. Університет ім. Блеза Паскаля в Клермон-Ферран
27. Університет Париж XII Валь-де-Марн
28. Університет Кан Нижня Нормандія
29. Університет ім. Мишеля де Монтень Бордо III
30. Університет Монтмузард в Бургундії
31. Університет Гренобля II
32. Університет Ліможа
33. Університет Ліон-II ім. Люм'єра
34. Університет Ліон III ім. Жана Мулена
35. Університет Марн-ла-Вале
36. Університет Монтеск'є Бордо IV
37. Університет Нансі II
38. Університет Науки і Технологій в Ліллі I
39. Університет Ніцци Софія-Антиполіс
40. Університетський Інститут проф. менеджменту в сфері спорту Ніцци – Софія
41. Університет Нової Каледонії

42. Університет ім. Декарта в Парижі
43. Університет в Перпеньяне
44. Університет Західної Бретані в Кемпері
45. Університет Ренн II Верхній Бретанії
46. Університет По і Адура
47. Університет ім. Поля Валері в Монпельє I
48. Університет ім. Поля Верлена-Мец
49. Університеті Пуатьє
50. Університет в Савойї
51. Університет ім. Сержи-Понтуаз
52. Університет в Тулоні
53. Університет Тулуза I Капітолий Інститут політичних занять
54. Університету соціології в Тулузі
55. Університет Тулуза II Лё-Мирэй
56. Університета Франсуа Рабле де Тур Політехнічний Інститут
57. Університет Шампань-Арден в Реймсі
58. Університет Французької Полінезії
59. Школа готельного менеджменту (Невшатель)
60. Школа кулінарного мистецтва та готельного господарства в Ліоні



Бизнес Школа во Франції EMLYON



Сорбона, Париж, Франція

ДОДАТОК Б

Перелік міжнародних декларацій і організацій з проблем туризму

Всесвітня туристська організація (1925)
Манільська декларація всесвітнього туризму (1980),
Документ Акапулько (1982)
Хартія туризму і кодекс туриста (1985)
Гаазька декларація з питань туризму (1989)
Самаркандська декларація з туризму на шовковому шляху (1994)
Монреальська декларація (1996)
Ташкентська декларація (1998)
Глобальний етичний кодекс туризму (1999)
Хівинська декларація "Туризм і збереження культурної спадщини" (1999)
Сеульська декларація "Мир і туризм" (2001)
Осакській декларація тисячоліття (2001)
Квебекська декларація з екотуризму (2002)
Міжнародна академія туризму
Європейський центр розвитку науки (CEDEFOP)
Міжнародна асоціація наукових експертів в галузі туризму
Міжнародна федерація журналістів і письменників по туризму
Міжнародна асоціація наукових експертів в галузі туризму (1951)
Рада готельної, ресторанної та інституційної освіти (CHRIE)
ЮНЕСКО
Всесвітня рада з туризму та подорожей (WTCC)
Рада з питань освіти при всесвітньої туристської організації
Рада культурного співробітництва (СОССА)
Європейський центр сучасних мов
Рада з туризму і кругосвітніх подорожей
Тихоокеанська туристська організація (ПАТА)
Європейська комісія з туризму
Британська асоціація по туризму
Асоціація британських транспортних агентств
Туристське суспільство
Дипломований інститут маркетингу
Група індустрії подорожей
Асоціація незалежних туроператорів
Міжнародна федерація інформаційних технологій і туризму.
Асоціація індустрії подорожей



ДОДАТОК В

Головні кваліфікації у вищій освіті Франції

Примітка. Використані позначення означають (за алфавітом):

CES = certificat d'etudes specialisees (сертифікат про спеціалізовану освіту);

CPGE = classes preparatoires aux grandes ecoles (підготовчі класи для вступу у Великі Школи);

D = doctorat (докторат, перший диплом. Після створення значного наукового доробку докторам може присуджуватися ще й додатковий диплом про "здатність керування науковими дослідженнями");

DEA = diplom d'etudes approfondies (диплом поглиблених студій);

DES = diplom d'etudes specialisees (диплом спеціалізованих студій);

DESS = diplome d'etudes superieures specialisees (диплом поглиблених спеціалізованих студій);

DEUG = diplome d'etudes universistaires generales (диплом загальної університетської освіти, заключний диплом першого циклу навчання);

DEUST = diplome d'etudes universitaires scientifiques et techniques (диплом про наукову і технічну університетську освіту);

DUT = diplome universitaire de technologie (університетський диплом з технології, який видають університетські технологічні інститути);

L = licence (лісанс, перше посвідчення другого циклу університетів);

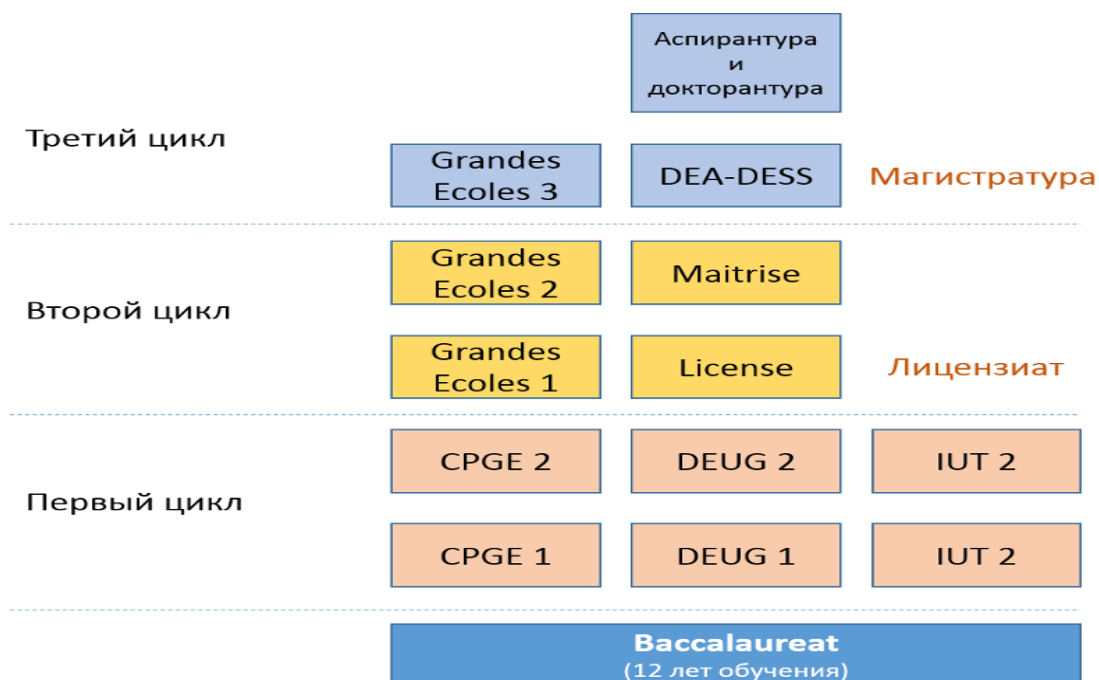
M = maitrise (метріз, заключне посвідчення доугого циклу університетів);

Mag = magister (магістр);

MIAGE = maitrise d'informatique applique a la gestion (метріз з інформатики в управлінні);

MSG = maitrise de sciences de gestion (метріз з наук управління);

MST = maitrise de sciences et techniques (метріз з наук і техніки)



Цикли вищої освіти Франції

ДОДАТОК Д

Перелік основних спеціалізацій за напрямком «Туризм»

1. Агентства з розвитку туризму в сільській місцевості
2. Безпека, політика і суспільство
3. Гуманітарні та суспільні науки
4. Географія
5. Геополітика та міжнародні відносини
6. Гід-перекладач
7. Гостинність и готельний менеджмент
8. Готельна справа
9. Готельна справа і туризм
10. Дистанційне навчання англійської мови
11. Дозвілля
12. Екологічна безпека, туризм, дозвілля
13. Економіка туризму
14. Економіка та управління у сфері туризму
15. Економіка і соціологія в сфері туризму
16. Економіка міжнародного туризму
17. Економіка туризму і спортивного відпочинку
18. Економічний розвиток туризму і повсякденність
19. Експерт з європейських проектах
20. Європейський туризм, культура і навколишнє середовище
21. Загальна лінгвістична освіта
22. Здоров'я, громадське та соціальне дозвілля
23. Інформаційні технології
24. Кулінарне мистецтво і ресторанна справа
25. Культурне надбання
26. Культура і туризм
27. Курортний менеджер
28. Маркетинг і готельне управління
29. Маркетинг у сфері туризму
30. Маркетинг в сфері послуг
31. Менеджер з круїзів
32. Менеджмент у сфері туризму
33. Менеджмент послуг
34. Менеджмент та управління підприємствами
35. Менеджмент у сфері туристичного оснащення
36. Менеджмент готельної діяльності
37. Менеджмент кулінарних мистецтв
38. Менеджмент та управління підприємством (здоров'я, соціального та суспільного дозвілля)
39. Менеджмент в сфері спорту та розвиток туристичних організацій та спортивного дозвілля
40. Менеджмент готельної та ресторанної справи
41. Менеджмент установ дозвілля
42. Менеджмент у сфері культурної Європи
43. Менеджмент і готельне управління
44. Міста і території
45. Міжнародна готельна справа
46. Міжнародні відносини та безпека
47. Міжнародне управління туризмом
48. Міжнародний туризм і готельне господарство

49. Міжнародний туризм
50. Міжнародна готельна справа
51. Мовна комунікація
52. Наукові методи збереження культурного надбання
53. Національний диплом гіда перекладача
54. Нові комунікативні технології в додатку до сфери туризму
55. Організація туристичної діяльності
56. Освоєння туристичної території
57. Освоєння території
58. Перекладач
59. Переклад і посада усного перекладача
60. Підвищення вартості культурних цінностей
61. Поглиблене вивчення професій в сфері туризму і спортивного відпочинку
62. Право і податкова система в туризмі
63. Прикладна соціологія
64. Право Франції в реалізації туристичних продуктів в Європі
65. Проектування туристичного продукту
66. Проектний менеджмент у сфері послуг
67. Проектування та реалізація готельних і туристичних продуктів
68. Професії туризму і спортивного відпочинку
69. Професії культурного розвитку та туризму
70. Професії транспорту, готельної справи, туризму і відпочинку
71. Професії мистецтв, культурного надбання і туризму
72. Професії водного спорту
73. Соціологія
74. Спортивний туризм
75. Спорт, туризм, дозвілля та навколишнє середовище
76. Статистична система туризму
77. Територіальний розвиток: туризм і культура
78. Територіальний розвиток
79. Транспорт, туризм, готельна справа і сфера дозвілля
80. Транспорт
81. Туризм і довгостроковий розвиток
82. Туризм і відпочинок
83. Туризм і подорож
84. Туристична дистрибуція
85. Туристичні стратегії
86. Туристичне проектування та розвиток
87. Туристичні та готельні стратегії
88. Туристичний менеджмент
89. Туризм – культура – середовище
90. Туристичні стратегії в готельній галузі
91. Туристична пропозиція
92. Туризм і розвиток
93. Туризм і простір
94. Туризм і підвищення вартості території
95. Туризм і готельна індустрія
96. Транспорт, готельна справа, туризм, дозвілля
97. Туризм і готельна справа
98. Туризм, дозвілля, спорт
99. Туризм і нові технології
100. Туризм і планування

101. Туризм і гостинність
102. Туризм і довгостроковий розвиток
103. Туризм і культура
104. Туризм, культурне надбання і дозвілля
105. Туристичні стратегії
106. Туристичне проектування та розвиток
107. Туристичні та готельні стратегії
108. Туристичні стратегії в готельній галузі
109. Туристичний менеджмент
110. Управління у сфері туризму та готельного господарства
111. Управління в сфері міжнародного туризму
112. Управління та оснащення туристичних структур в гірському і сільському середовищі
113. Управління у сфері туризму
114. Управління проектом на ринку туризму та спортивного дозвілля
115. Управління підприємствами готельної справи
116. Управління туристичними підприємствами
117. Управління туристичною діяльністю в громадських колективах
118. Управління дозвіллям і спортивною подією
119. Управління та проектування малих і середніх підприємств у сфері спорту, дозвілля та туризму
120. Управління в сфері туризму та міжнародних відносин
121. Управління в сфері міжнародного туризму
122. Управління туристичною діяльністю в громадських колективах
123. Управління готельним господарством



ДОДАТОК Е

Глосарий туристичних термінів

Агентства з перепродажу таймшерів – незалежна юридична особа, що ставить своєю метою одержання прибутку з угод купівлі продажу між рядовими членами клубів (власниками таймшерів). По суті, діяльність ідентична агентствам з продажу нерухомості.

Апартотелі – Туристичні комплекси з розвинутою інфраструктурою (рісепшн, бар, ресторан, басейн, спортзал, майданчики для ігор і т.д.).

Апартаменти – у Західній Європі – квартира в приватному багатоквартирному житловому або туристичному комплексі. Відрізняють різні типи апартаментів за розмірами та кількістю спалень.

Бали – різновид таймшера. Придбана власність оцінена в балах, якими власник як би розплачується при кожному окремому замовленні. Дуже гнучка система, що дозволяє вибирати і варіювати за необхідності в кожному поїздки різний розмір апартаментів, розбивати тижневу відпустку на поїздки вихідного дня, замовляти десятиденний відпочинок і багато іншого.

Власник таймшера – фізична або юридична особа, яка набула або отримало іншим способом таймшер.

Внутрішній туризм – тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання в межах національних кордонів тієї ж країни для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом і в інших туристських цілях.

Засновник курорту – організація, юридична особа, рідше приватна особа, яка є первісним забудовником курорту, власником землі і будівель, що становлять комплекс відпочинку.

Керуюча компанія – наймана організація, в обов'язки якої входить щоденне управління курортом, обслуговування та утримання апартаментів і всієї інфраструктури.

Короткочасний туризм – важлива форма нетривалого туризму. Він включає в себе діловий туризм і поїздки на вихідні дні. Незалежно від того, здійснюються поїздки в ділових або особистих цілях, середня тривалість короткочасних подорожей становить не більше 3 діб.

Маркетингова компанія – юридична особа, уповноважена засновником продавати належні йому таймшер і проводити будь-якого роду маркетингові заходи. Розрізняють маркетингові компанії, які працюють за договором з засновником на території курорту, і ті, які працюють за межами, в інших країнах.

Міжнародний туризм – систематизована і цілеспрямована діяльність підприємств сфери туризму, що з наданням туристських послуг і туристського продукту іноземним туристам на території країни (в'їзний туризм) і наданням туристських послуг і туристського продукту за кордоном (виїзний туризм). Міжнародний туризм здійснюється на основі міждержавних договорів.

Мультиклуб – об'єднання курортів, у яких зазвичай один Засновник (Club La Costa, ATLAS Club, VIVA Club, Compass Club). Клуби можуть перебувати в одному або в різних регіонах і навіть у різних країнах.

Національний туризм – сукупність діяльності у сфері внутрішнього й виїзного туризму (тобто обслуговування туристів у складі жителів своєї держави) називається

Обмінна компанія – організація здійснює обмін тижнів таймшера між членами клубу. Вони забезпечують власникам можливість обміняти свій таймшер на іншій – на інший час, місце або і те й інше одночасно. Практично всі курорти входять в одну або іншу з цих двох організацій. Серед плюсів клубного відпочинку можна відзначити його особливу перевагу для сімейного та молодіжного відпочинку. Курорти тайм-шер є в 75 країнах.

Одноденний туризм – це тури тривалістю в світловий день, що не припускають зупинки на нічліг.

Організований туризм – подорож одного або групи туристів за точним маршрутом і регламентом, встановленим туристичним підприємством

Паушальний туризм – це стандартизований, попередньо організований комплекс туристських послуг (надання комплексу послуг за одну вартість).

Піклувальник – у більшості Європейських країн обов'язкова незалежна юридична структура, покликана дотримуватися законності й узгодженість у клубі, захищаючи при цьому інтереси, як засновників, так і власників таймшера.

Плаваюче володіння – покупець, купуючи таймшер, визначається тільки з конкретним розміром і типом апартаментів, кількістю придбаних тижнів відпочинку і сезоном.

Плановий туризм – це будь-які види туризму, що розробляються і реалізуються організаторами туризму (туроператорами). Плановий туризм регулюється державою за допомогою законодавчих і нормативних актів і складає основу індустрії масового туризму.

Послуги гід-перекладача – діяльність професійно підготовленої фізичної особи по ознайомленню туристів з туристськими ресурсами в країні (місці) тимчасового перебування.

Самодіяльний туризм ґрунтується на діяльності добровільних туристських об'єднань, союзів і туристських клубів, які видають власні нормативні акти, регулюючи туристську діяльність, проводять походи, туристські зльоти.

Сертифікат – документ, що підтверджує права власника таймшера.

Соціальний туризм – різновид туризму, субсидійованих з коштів, що виділяються на соціальні потреби, з метою створення умов для подорожей школярам, молоді, пенсіонерам, інвалідам, ветеранам війни і праці та іншим громадянам, яким держава, державні і недержавні фонди та інші добродійні організації надають соціальну підтримку як найменш забезпеченої частини населення при використанні їх права на відпочинок.

Таймшер (англ. *timeshare*, «поділ часу») – форма володіння власністю у вигляді апартаментів в рамках комплексу апартотелей або право на безстрокове ексклюзивне використання апартаментами на основі поділу часу на строк кратний тижня в кожному календарному році. Унікальною і привабливою частиною програми є обмін таймшером через незалежну обмінну компанію. Система з'явилася в 1974, коли була зареєстрована компанія «Resort Condominiums International». Права на відпочинок набувають на декілька років і передбачена можливість обміну і навіть наслідування.

Транзитний туризм – це зупинки туристів по шляху проходження до місця призначення.

Туризм – тимчасові виїзди (подорожі) громадян, іноземних громадян та осіб без громадянства з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-

ділових, спортивних, релігійних та інших цілях без зайняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування; туристська діяльність – туроператорська та турагентська діяльність, а також інша діяльність з організації подорожей.

Це сукупність відносин, зв'язків і явищ, супроводжуваних поїздки і перебування людей в місцях, не є місцями їх постійного проживання і не пов'язаних з їх трудовою діяльністю.

Туризм внутрішній – подорожі в межах країни осіб, що проживають постійно;

Туризм виїзний – подорожі осіб, що постійно проживають в країні, в іншу країну.

Туризм в'їзний – подорожі в межах країни осіб, які не проживають постійно.

Туризм соціальний – подорожі, субсидовані державою на соціальні потреби.

Туризм самодіяльний – подорожі з використанням активних способів пересування, організовані туристами самостійно.

Турист – громадянин, який відвідує країну (місце) тимчасового перебування в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших цілях, без заняття оплачуваною діяльністю в період від 24 годин до 6 місяців підряд або здійснює не менше однієї ночівлі.

Туристична індустрія – сукупність готелів і інших засобів розміщення, виробничих, транспортних і торгових підприємств, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного і іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги і послуги гідів-перекладачів.

Туристична путівка – документ, що підтверджує передачу туристичного продукту.

Туристичні ресурси – природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, що включають об'єкти туристського показу, а також інші об'єкти, здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил.

Туристський ваучер – документ, що встановлює право туриста на послуги, що входять до складу туру, і підтверджуючий факт їх надання.

Туристичні агентства – це роздрібні фірми, що виконують роль посередників між туроператорськими фірмами й обслуговуваними підприємствами, з одного боку, і клієнтами-туристами, з іншого. Вони або організують тури, або займаються наданням окремих видів послуг індивідуальним туристам або групам осіб. Більшість турагентств знаходиться в сфері впливу туристичних оптових фірм, авіаційних компаній, готельних корпорацій або торгових фірм.

Туроператорські фірми – це, насамперед оптові фірми, що виступають посередниками між підприємствами туристичної індустрії і турагенствами. У процесі організації поїздок туроператори встановлюють зв'язки з підприємствами, що надають послуги у розміщенні, харчуванні, транспорті й з екскурсійними бюро.

Туристичні корпорації – це великі підприємства що об'єднують широке коло фірм, що представляють різні види туристичних послуг. Вони монополізували ринок і перетворилися в потужні міжгалузеві виробничо-господарські комплекси, що включають підприємства самих різних галузей промисловості, що обслуговують туристичний бізнес (транспортні, банківські, страхові й інші компанії) і реалізують тури через широку мережу туроператорів і турагенства в різних країнах.

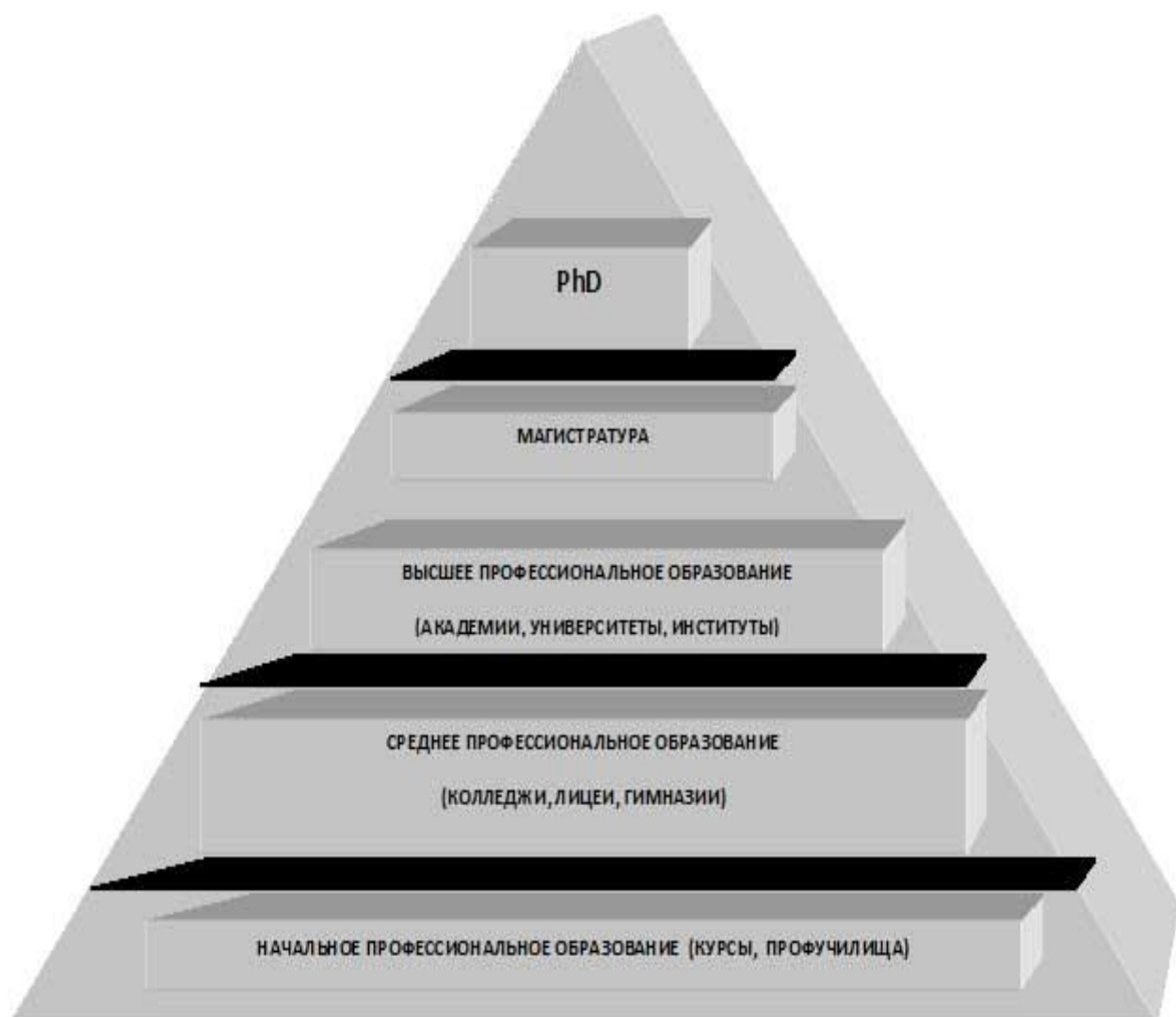
Туроператорська діяльність – це діяльність по формуванню, просуванню і реалізації туристичного продукту, здійснювана на підставі ліцензії юридичною особою або індивідуальним підприємцем (туроператором).

Турагентська діяльність – діяльність по просуванню і реалізації туристичного продукту, здійснювана на підставі ліцензії юридична особа або індивідуальний підприємець (турагент).

Туристичний продукт – право на тур, призначене для реалізації туристу; просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на реалізацію туристського продукту (реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, організація туристських інформаційних центрів з продажу туристичного продукту, видання каталогів, буклетів тощо).

Тиждень відпочинку – мінімальний за тривалістю період часу проживання в апартаментах комплексу апаротелей, який можна придбати у безстрокове володіння в рамках програми таймшера. Не існує обмежень щодо кількості тижнів таймшера, які може придбати і володіти один покупець.

Тур – комплекс послуг по розміщенню, перевезенню, харчуванню туристів, екскурсійні послуги, а також послуги гідів-перекладачів і інші послуги, надані в залежності від цілей подорожі.



ДОДАТОК Ж

Перелік професій в туризмі

1. Агенти з (готельної справи, великих тематичних парків, організації туристичних поїздок, культурного місцевого, посередницького розвитку в адміністративно-територіальних утвореннях, в міжкомунальних об'єднаннях і в інших установах (природний парк)
2. Адміністратор
3. Адміністратор готелів
4. Адміністративний директор
5. Аніматор
6. Бухгалтер/аудитор
7. Відповідальний за (офіси туризму, відділи адміністративно-територіальних утворень, турагентства, проекти спілкування і торгівлі, поставку продовольства, проекти в асоціаціях, фондах, установах культурних і туристичних структур (банкети та семінари)
8. Генеральний менеджер
9. Гід-перекладач
10. Директор служби прийому
11. Директор служби облаштування ресторану
12. Директор служби бронювання
13. Директор з маркетингу та продажу,
14. Директор із зв'язків з громадськістю
15. Директор підрозділу
16. Керівник з міжнародних продажів
17. Керівник готельних та туристичних структур
18. Керівник в міжнародних органах
19. Керуючий сферою дозвілля, підприємствами притулку та дозвілля
20. Консультант з юридичних податкових питань
21. Консультант з питань туристичної діяльності
22. Консультант з питань готельної справи
23. Консультант з спірних комерційних і адміністративних проблем
24. Консультант з питань розвитку проектів
25. Консультант з фінансової реконструкції
26. Консультант з міжособистісних відносин
27. Курортний менеджер
28. Кухарь
29. Маркетолог
30. Менеджер
31. Менеджер з продаж
32. Менеджер з розвитку бізнесу
33. Менеджер проекту
34. Менеджер готельного господарства і туризму
35. Менеджер з продовольства і напоїв
36. Менеджер служби розміщення
37. Менеджер з продажу та маркетингу

38. Менеджер з авіапослуг
39. Менеджер з круїзів
40. Менеджер комп'ютерних систем
41. Менеджер кредитних ліній
42. Менеджер з професійної підготовки
43. Менеджер харчових продуктів та напоїв
44. Менеджер банків; Фінансовий менеджер; Фінансист-контролер
45. Менеджер обслуговування в номерах
46. Менеджер номерного фонду
47. Менеджер служби портъе
48. Менеджер з бронювання номерів
49. Менеджер з організації конференцій в готелі
50. Менеджер з закупівлі
51. Начальник відділу кадрів
52. Офіс менеджер
53. Організатор туризму
54. Офіціант
55. Покоївка
56. Помічник менеджера
57. Помічник головного бухгалтера
58. Помічник начальника відділу кадрів
59. Помічник директора
60. Помічник директора з персоналу
61. Помічник директора турагентства
62. Рекреолог
63. Регіональний менеджер з продаж
64. Референт; Секретарь
65. Розробник вітчизняних туристських продуктів
66. Соціальний аніматор
67. Техніко-комерційний консультант з професійного устаткування
68. Туроператор
69. Туризмознавець
70. Шеф-кухарь



ДОДАТОК 3

ОСНОВНІ КРИТЕРІЇ ТУРИЗМУ

1. Зміна місця, що знаходиться за межами звичайного місцеперебування. Туризм є різновидом подорожей і охоплює осіб, які перебувають у місцях, що знаходяться за межами їх постійного місця проживання.

2. Переміщення людей в досить короткі проміжки часу. За статистикою найбільшу частку займає туризм вихідного дня (2-3 дні), далі йдуть невеликі туристські поїздки (6-7 днів), меншу частку займають 8-12-денні поїздки.

3. Перебування в іншому місці, при цьому місце перебування не має бути місцем постійного або тривалого проживання. Воно не повинно бути пов'язане з трудовою діяльністю (оплатою праці). Цей нюанс варто враховувати, так як поведінка людини, зайнятого трудовою діяльністю, відрізняється від поведінки туриста і не може класифікуватися як заняття туризмом. Ще однією умовою є і те, що мандрівники не повинні знаходитися в відвідуваному ними місці 12 і більше місяців поспіль. Особа, яка знаходиться або планує знаходитися більше одного року в певному місці, з точки зору туризму вважається постійним жителем і тому не може називатися туристом.

4. Виїзд людей з місця свого постійного проживання в іншу місцевість, країну з метою туризму. Переміщення в межах місцевості постійного проживання (наприклад, щоденні поїздки на роботу) не можуть бути віднесені до туризму. За статистикою внутрішнього туризму, обмежені категорії населення, які слідує щодня на роботу на певні часові проміжки і відстані. Так, для невеликого міста це 20-30 хвилин при відстані в кілька кілометрів, для великого міста - поїздки на роботу тривалістю до трьох годин на відстань 50-100 км. Враховується і мінімальний проміжок відсутності жителя в цьому місці, а також відзнаки та особливості місцевостей та адміністративних територій. Для жителя невеликого селища поїздка на 70 км вважає τ ся далеким подорожжю. У той же час, у великих містах це відстань знаходиться в межах міської межі.

5. Оплата праці з джерела в відвідуваному місці. Суть даного критерію полягає в тому, що головною метою поїздки не повинно бути здійснення діяльності, оплачуваної з джерела в відвідуваному місці. Будь-яка особа, що в'їжджають в якусь країну для роботи, оплачуваної із джерела в цій країні, вважається мігрантом, а не туристом.

ДОДАТОК К

Перелік спеціалізацій зі знанням іноземних мов

1. Готельна справа і туризм
2. Економічний розвиток туризму і повсякденність
3. Експерт з європейських проектах
4. Європейське будівництво
5. Менеджмент
6. Менеджмент і готельне управління
7. Міжнародний туризм
8. Міжнародне управління туризмом
9. Менеджмент в сфері культурної Європи
10. Мовна комунікація
11. Національний диплом гідів-перекладачів
12. Перекладач
13. Туризм і подорож
14. Туризм, культурне надбання і дозвілля
15. Туризм і культура
16. Управління туризмом та міжнародними відносинами
17. Управління у сфері туризму та готельного господарства
18. Управління в сфері міжнародного туризму



ДОДАТОК Л

ФОРМИ ТУРИЗМУ

Як було зазначено, види туризму різняться по мотивації подорожуючих, тобто по внутрішнім чинникам, а форми туризму – за зовнішніми причинами і впливів. Існує багато можливостей, що дозволяють класифікувати форми туризм по **зовнішнім критеріям**:

- за походженням туристів;
- по організаційній формі; по тривалості перебування в подорожі;
- за віком;
- по транспортним засобам;
- за часом року або сезону.

Форми туризму залежно від **походження туристів**. В залежності від походження туристів розрізняють внутрішній і міжнародний туризм. У даному випадку слово «походження» означає не місце народження людини, а місце його проживання і роботи.

Форми туризму залежно від його організації (організаційної форми). Залежно від форм організації розрізняють **паушальний** та **індивідуальний** туризм. Паушальний туризм – це стандартизований, попередньо організований комплекс туристських послуг (надання комплексу послуг за одну вартість). При індивідуальному туризмі турист організує і здійснює його самостійно, по власному плану.

Подорож у складі групи за планом туристського підприємства називається груповим туризмом. Подорож одного або групи туристів за точним маршрутом і регламентом, встановленим туристичним підприємством, називається **організованим туризмом**.

Організовані туристи і туристське підприємство пов'язані між собою взаємними вимогами і зобов'язаннями. Форми туризму залежно від **тривалості подорожі**.

Тривалість подорожі – це той час, який затрачається туристом в ході поїздки або перебування в відвідуваному місці або країні.

Одноденні подорожі класифікуються наступним чином:

менше трьох годин; 3-5 годин; 6-8 годин; 9-11 годин; 12 і більше годин.

Подорожі з ночівлею можна класифікувати таким чином:

1-3 ночі; 4-7 ночей; 8-28 ночей; 29-91 ніч; 92-365 ночей.

Як правило, тривалі подорожі доповнюються нетривалими поїздками. До нетривалим поїздам відносяться транзитний, одноденний і короткочасний туризм.

Транзитний туризм – це зупинки туристів по шляху проходження до місця призначення. **Одноденний туризм** – це тури тривалістю в світловий день, що не припускають зупинки на нічліг. **Короткочасний туризм** – важлива форма нетривалого туризму. Він включає в себе діловий туризм і поїздки на вихідні дні. Незалежно від того, здійснюються поїздки в ділових або особистих цілях, середня тривалість короткочасних подорожей становить не більше 3 діб.

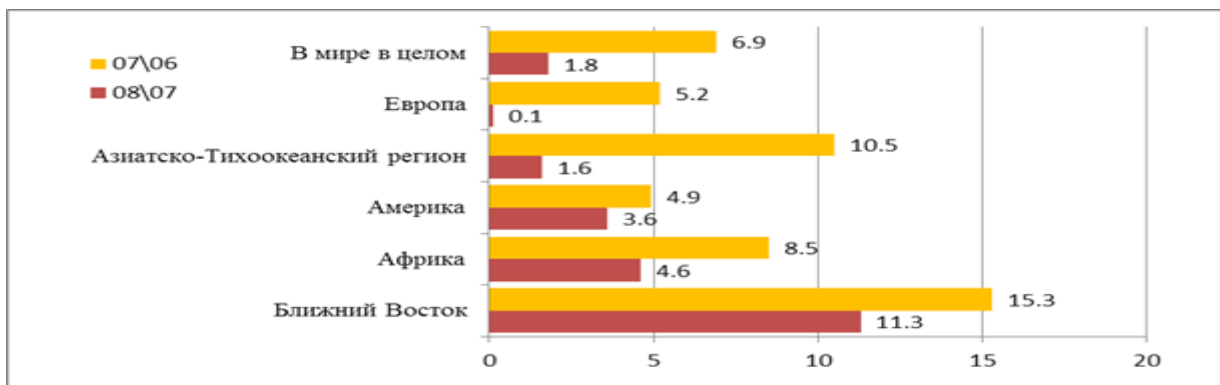
Форми туризму залежно від **віку подорожуючих**. При класифікації форм туризму враховується також вік подорожуючих. За віковою шкалою визначено такі групи туристів:

- діти, що подорожують зі своїми батьками;
- молодь (туристи у віці 15-24 років);
- відносно молоді, економічно активні люди у віці 25-44 років;
- економічно активні люди середнього (45-64 років) віку;
- пенсіонери (65 років і старше).

Форми туризму залежно від **транспортних засобів**.

В залежності від транспортного засобу, використовуваного для переміщення туристів з одного місця в інше, розрізняють туризм з використанням особистого транспорту і туризм з використанням громадського транспорту – **авіатуризм, автобусний, залізничний і морський**.

Форми туризму залежно від **пори року**. В залежності від пори року розрізняються **зимовий і літній туризм**. Туризм тільки в певний час (влітку чи взимку характеризується як односезонні), туризм, здійснюваний в любе час року (і влітку, і взимку), називається двухсезонним. Сезонна класифікація форм туризму показує коливання попиту на туристичні послуги протягом року. Час, в який скоюється максимальна кількість поїздок, називається туристським сезоном, період спаду подорожей – міжсезонням. Туристські сезони в різних регіонах можуть не збігатися.



ДОДАТОК М
ЗМІСТ НАВЧАННЯ
Університет Сорбонна
Інститут вищої освіти та досліджень в туризмі

Спеціалізація «Право і податкова система у сфері туризму»

Обов'язкові модулі - в сумі 225 год.

Модуль 0: Введення в туризм - 15 год.

Модуль 1: Право контрактів туризму - 30 год.

Модуль 2: Юридичні статuti туристських операторів -15 год.

Модуль 3: Право на працю в туристських підприємствах -15 год.

Модуль 4: Юридичний проектування та монтаж туристських проектів - 15 год.

Модуль 5: Обладнання та розвиток територіального туризму - 22 год.

Модуль 6: Громадське фінансування туристської дії -15 год.

Модуль 7: Право і керування туристськими просторами -15 год.

Модуль 8: Юридичне середовище міжнародного туризму -7 год.

Модуль 9: Загальне право в туризмі - 15 год.

Модуль 10: Податкова система і туристське управління - 22 год.

Модуль 11: Податкова система і туристське капіталовкладення -15 год.

Модуль 12: Реалізація туристських продуктів - 22 год.

Модуль 13: Туризм та безпека -15 год.

Модуль 14: Право культурного надбання - 22 год.

Модуль 15: Адміністративне право в сфері навколишнього середовища - 22 год.

Модуль 16: Місцевий розвиток і довгостроковий туризм -15 год.

Модуль 17: Туризм і кримінальне право -7 год.

Спеціалізація «Європейський туризм, культура і навколишнє середу»

Обов'язкові модулі: 270 год.

Модуль 0: Туристська система - 15 год.

Модуль 1: Навколишнє середовище - 15 год.

Модуль 2: Культурний туризм -15 год.

Модуль 3: Оціночні методи - 22,5 год.

Модуль 4: Аналіз та проектування - 30 год.

Модуль 5: Управління та комерційне спілкування - 22,5 год.

Модуль 6: Місцевий розвиток і довгостроковий туризм - 30 год.

Модуль 7: Європейські програми - 15 год.

Модуль 8: Туристичне підвищення вартості культурного надбання - 15 ч.

Модуль 9: Право середовища, застосоване до туризму - 15 год.

Науково-дослідний семінар - 30 год.

Модулі на вибір (Всього 30 год.)

Модуль 10: Право культурного надбання - 15 год.

Модуль 11: Менеджмент міжкультурного спілкування (на англ. мовою) - 15 год.

Модуль 12: Фінансування туризму - 15 год.

Модуль 13: Туристський е-маркетинг (Web-сайти) - 15 год.

Модуль 14: Туризм та безпека - 15 год.

Модуль 15: Туризм та інновації - 30 год.

Спеціалізація «Туристські стратегії в готельній галузі»

Модуль 1: Управління якістю туристських і готельних послуг -15 год.

Модуль 2: Фінансування туризму - 15 год.

Модуль 3: Управління маркетингом - 15 год.

Модуль 4: Комп'ютеризована ділова гра - 15 год.

Модуль 5: Туризм і податкова система - 20 год.

Модуль 6: Стратегія туристичних і готельних операторів - 30 год.
Модуль 7: Туристичний маркетинг - 15 год.
Модуль 8: Економіка туристичної індустрії - 25 год.
Модуль 9: Менеджмент міжкультурного спілкування (англійською мовою) - 15 ч.
Науково-дослідний семінар - 30 год.

Спеціалізація «Міжнародна готельна справа» - 75 год.

Модуль 1: Універсальна система звітів (англійською мовою) -30 год.
Модуль 2: Фінансовий менеджмент в туризмі і в готельній справі - 25 год.
Модуль 3: Управління людськими ресурсами - 25 год.

Спеціалізація «Туристське проектування та розвиток» - 75 год.

Модуль 1: Розвиток територіального туризму - 25 год.
Модуль 2: Аналіз та здійснення проектування - 30 год.
Модуль 3: Моделювання та туристські кількісні методи - 25 год.

Предмети на вибір: всього 30 годин.

Модуль 1: Туристський е-маркетинг (Web-сайти) - 15 год.
Модуль 2: Туризм та безпека - 15 год.
Модуль 3: Місцевий розвиток і довгостроковий туризм - 30 год.
Модуль 4: Туризм і інновації - 30 год.

Спеціалізація «Туристські стратегії в готельній галузі»

Управління якістю туристських і готельних послуг
Якість в туризмі і в готельній справі: поняття і методи
Управління підприємствами туристичної сфери
Адміністрування туристичних та готельних закладів

Фінансування Туризму

Проблематика фінансування туристського сектора
Бухгалтерська база даних фінансового аналізу підприємств туризму
Вивчення ринку до фінансування проекту
Аналіз операцій фінансування туризму
Участь у туристичних підприємствах
Управління маркетингом
Відмінні ознаки ринку
Туристські та готельні ринки
Стратегічне управління та розподіл
Поняття маркетингових напрямів і туристичних територій, французьких та європейських

Стратегія туристських і готельних операторів

Стратегії, політика розвитку довгострокового туризму: туристичні методи аналізу і оцінки, прогнозування.
Базові поняття стратегічного маркетингу: поняття стратегічного аналізу, портфелі діяльності, складання сітки стратегічного аналізу і застосування його положень до туристичних і готельних груп.
Стратегії туристичних і готельних фірм в міжнародному контексті: стратегії та розміри, стратегії інтернаціоналізації, стратегії вертикального інтегрування, стратегії створення спілок і співпраці з ними, технологічні стратегії та інновації

Туристський маркетинг

Аналіз попиту і пропозицій послуг; методологічний підхід до пропозиції послуг
Великий туристичний розподіл: політика врахування думок платників податків; новий інструментарій розподілу і нові дистриб'ютори
Маркетинг управління
Визначення маркетингової стратегії; справжні європейські стратегії
Економіка туристської індустрії
Туристський ринок: економічний туристський і логічний продукт (дослідження попиту, дослідження пропозиції: туристична індустрія
Визначення туризму WTO; туристський попит

Туристичне пропозицію: визначення туристського продукту, ціни, витрат, рентабельності фірм туристського сектора; структура туристичної індустрії

\Міжнародний туризм: емпіричний підхід, теоретичний підхід, методологічний підхід і аналіз міжнародної туристичної конкурентоспроможності

Наслідки появи туристського продукту в економіки країн: прямі, непрямі результати; туризм і динаміка довготривалого періоду

Менеджмент міжкультурного спілкування (англійською мовою)

Культура: спілкування, культурна диференціація, міжкультурний менеджмент підприємства
Взаємодія загальної та місцевої культури підприємства

Англійська мова в перспективі спілкування, що відноситься до багатьох культур - запорука розширення туристичної діяльності

Спеціалізація «Міжнародна готельна справа»

Фінансовий менеджмент в туризмі і в готельній справі

Фінансовий менеджмент: інтегрування з функціями підприємства та юридична відповідальність
Фінансовий менеджмент, застосований до різних підсекторах туризму (повітряний та залізничний транспорт, парки відпочинку та розваг)

Управління трудовими ресурсами

Функція "трудова ресурси" в готельній справі: стратегічні напрямки.

Вибір нових форм використання економічних і соціологічних досліджень.

Положення про зарплату працівників у готельній галузі.

Коллективний договір готелів-кафе-ресторанів

Модулі на вибір

Туризм та безпека

Туристична система і системний ризик; юридична відповідальність туристського оператора на випадок фос-мажорних обставин і право соціального страхування

Туристські оператори по відношенню до небезпек: безпека в стратегіях туру; оператори в конкуренції приймаючих країн (в Європі, в країнах третього світу); міжнародна поїздка і відповідальність різних операторів: досвід громадської допомоги

Готельні ланцюги і фос-мажорні обставини

Інформаційні зв'язку в авіакомпаніях (і самохідних поромах) в питаннях безпеки

Катастрофи, кризи туристичної системи та відповідальність цивільної влади: харчові кризи в Європі та їх причетність до туризму; туризм по відношенню до тероризму: міжнародні порівняння; прийняття в розрахунок природних небезпек приймаючими країнами

Туризм та інновації

Основні інноваційні стратегії туристичних фірм

Туризм та технологічне інновації: інновації та готельне управління, інновації та їх реалізація, національна техніко-інформаційна система та туристична інформація

Туризм та організаційні інновації; нова практика, нові туристичні продукти Цивільні влади та стимулювання туристичних інновацій

Місцевий розвиток та довгостроковий туризм

Представлення оціночних методологій

Взаємозалежності між економічними, соціальними та екологічними викликами: пляжний, гірський, культурний, природний, екологічний туризм

Статуті і туристські кодекси

Показники довгострокового туризму: зіставлення та оцінки

Спеціалізація «Право і податкова система у сфері туризму»

Основні модулі

Модуль 0: Введення в туризм

Місце туризму в сучасному суспільстві

Кількісний підхід до туристичної діяльності

Якісний підхід до туристичної діяльності

Модуль 1: Право контрактів у сфері туризму

Головні контракти в сфері туризму

Спiрнi питання про контракти в сферi туризму

Модуль 2: Юридичнi статути туристичних операторiв

Туристські структури приватного права

Статус туристського управління

Установа об'єднань

Розвиток і юридичний статус

Модуль 3: Право на працю в туристичних підприємствах

Регламентация роботи в туризмі

Коллективні договори, застосовні до діяльності в сфері туризму

Трудова угода в туризмі: умови праці, умови винагороди

Трудові ресурси за кордоном

Модуль 4: Громадське фінансування туристського дії

Туризм в державному бюджеті і в законі про державний бюджет; роль скарбниці, депозитної каси у фінансуванні туризму

Загальне відрахування від обладнання

Структура фінансування та місія державного сектора в туризмі

Контроль та оцінка бюджету в сфері туризму:

Адміністративний контроль

Юридичний контроль у фінансовому предметі

Європейські фінансування туризму: структурні фонди та загальні програми

Контракти плану держава-регіон

Модуль 5: Право і управління туристичними просторами

Туризм та управління природними просторами:

Природні парки

Закон узбережжя

Закон гірській місцевості

Туристична експлуатація лісового надбання та застосування лісового закону

Туризм та управління міськими просторами:

Міське право переважної покупки

Дозвіл на будівництво

Інтеррегіональний і інтекоммунальний туризм

Модуль 6: Юридичне середовище міжнародного туризму

Мультиправительственние органи:

Всесвітня туристська організація

ЮНЕСКО

Організація економічного співробітництва і розвитку

Асоціації та міжнародні приватні органи в туристському призначення.

Всесвітній етичний кодекс туризму.

Модуль 7: Реалізація туристичних продуктів

Реалізація туристського продукту приватними операторами; адаптація до ринків туризму, до очікуваням, до поведінки попиту та споживання, політиці продукту, ціни, розподілу та спілкування; бізнес-плану

Територіальні туристські органи та реалізація туристичного продукту

Модулі на вибір

Модуль 8: Туризм та безпека

Туристська система і системний ризик

Поміщена в контекст туризму геополітика: типологія катастроф

Туризм, підготовка до кризи, управління кризою; туризм і тероризм

Маркетинг безпеки напрямків

Оцінки викликів туристського кризи

Модуль 9: Право культурного надбання

Захист культурного немобільного надбання: пам'ятки історії; захищені простору

Рухоме надбання: громадські колекції; захист об'єктів

Показники довгострокового туризму: складання та оцінка

Спеціалізація «Європейський туризм, культура і навколишнє середовище»

Туристської системи: Системний підхід; Установчий підхід

Економічний підхід в туристичній індустрії: характеристики ринку туристичних послуг, глобалізація пропозиції та стратегії фірм, глобалізація попиту та пропозиції в сфері міжнародного туризму

Навколишнє середовище

Вибір середовища в європейських країнах і управління нею

Культурні диференціації, ймовірна еволюція

Введення в інструментарій управління (мита, норми, право)

Сумісність туризму і навколишнього середовища

Культурний Туризм

Відносини між подорожжю і культурним надбанням, захистом культурного та природного надбання, масовим туризмом

Організація культурного туризму

Соціологічні підходи: характер туристського споживання в області природного та культурного надбання; культурного туризму в туристичній культурі

Економічні підходи до культурного туризму: вага у туристичній економіці, система фінансування операцій захисту та оцінки надбання

Європейські Програми

Активізація в європейських установах і в європейському будівництві

Інтегрування середовища згідно з рішеннями в управлінні територією

Прямі і непрямі наслідки екологічного тиску в міських і прибережних зонах

Культура і проекти культурного розвитку, елементи політики розвитку території

Політика спілкування між соціально-економічними партнерами в туризмі

Представлення випадків з використанням європейського проекту

Туристське підвищення вартості культурного надбання

Культурний туризм; збереження культурного надбання та підвищення його вартості, економічні наслідки

Держава, що володіє пам'ятниками історії; мережа національних пам'яток

Культурна пропозиція; типи відвідувань і способи управління ними

Пам'ятник, інструмент довгострокового туристського розвитку

Право навколишнього середовища, застосування до туризму

Фундаментальні принципи і національні установи

Охорона природи: природні простору, місця і природні пам'ятки, специфічно захищені природні простори

Захист культурного, сільського та міського середовища

Проблеми забруднення, у зв'язку з об'єктами туристичної діяльності

Університет Перпеньяна

Модуль 1: Культурна динаміка.

Культурна політика. Європейські установи в галузі культури. Юридичні аспекти. Асоціативне право.

Європейські та міжнародні правила.

Геополітика. Геотуризм. Географія, економіка туризму, туристичне оснащення ..

Міжкультурні зв'язки

Сприйняття туристичних пейзажів в якості геосистем.

Модуль 2: Культурне і технічне посередництво в галузі туризму

Культурна проектування. Постанова культурного посередництва

Майстерність та управління у питаннях, пов'язаних із супроводом, дозвіллям, перебуванням.

Класифікація поведінки клієнтів

Маркетинг переговорів.

Туризм і мульти-медіа.

Іноземна мова, професійної спрямованості до культурного і туристичного обміну: освіта англо-саксонської цивілізації (англійською мовою).

Модулі на вибір:

Культура і подорож

Туризм і Міжнародне готельна справа

Випускники працюють в сфері культурного проектування, на туристичних підприємствах, в структурі культурного надбання, в муніципальних офісах туризму, культурно-просвітницької роботи, в структурах адміністрування та управління, в бюро подорожей.

Модуль: Культура і подорож

Історія мистецтва та культурне надбання

Вступ: знання про художній твір. Течії і тенденції. Множинний аналіз творів. Зняті іконографічні документи. Кінематографічні аналізи.

Індустрія подорожей

Модуль: Туризм і Міжнародна готельна справа

Виробництво туристичного продукту

Менеджмент установ прийому

Туристична експлуатація культурних ресурсів

Управління історичним і культурним надбанням

Підвищення вартості культурного надбання

Інформатика

Менеджмент, управління та фінансування в готельній справі і в міжнародному туризмі.

Управління трудовими ресурсами

Фінансовий менеджмент

Комерційні, заохочувальні, юридичні та податкові аспекти

Стратегія великих готельних груп

Управління небезпеками

Міжнародна податкова система

Іспанська мова

4 місячне стажування на підприємстві

Модуль: Менеджмент, управління та фінансування в міжнародному туризмі та готельному господарстві 5 кредитів / оцінка 20

1. Управління кадрами (20 годин)

Мета: Розвиток у студентів розуміння управління кадрами на стратегічному рівні. Курс складається з 20 годин і включає 10 год...лекцій та 10 год. лабораторної роботи під наглядом викладача.

Зміст:

міжнародні ринки праці;

ринки праці і питання кадрів;

розуміння культурних відмінностей;

порівняльна продуктивність;

порівняння трудового законодавства на міжнародному рівні;

сучасні тенденції і проблеми в управлінні кадрами;

виробничі відносини - роль профспілок та асоціацій роботодавців;

останні ініціативи щодо залучення британських інвесторів в розвиток кадрових ресурсів;

успіх за допомогою кадрової політики;

Кожен студент конспектує роботу на 5 сторінок (1500 слів) з розвитку політики і методів управління кадрами на підприємстві в якості залікової.

2. Ефективність менеджменту (20 годин)

Зміст:

маркетинг послуг і поява ефективності менеджменту

класичні методи управління потужностями

1-обмеження можливості отримання послуги

2-переповнення клієнтом

3-погіршення якості послуги в період напливу

Гнучкість ціни як засіб ефективності менеджменту

Концепція та принципи ефективності менеджменту.

Диференційована тарифікація: принцип - правила (гнучкість, пропорційне зниження).

Створення диференційованого тарифу (на повітряному транспорті, в готельному господарстві, морському туризмі, ж / д транспорті ...).

Система резервації та розповсюдження

GDS, архітектура; GDS: основа ефективності менеджменту

Інструменти ефективності менеджменту

Методи ефективності менеджменту: надрезервація; управління тарифними класами, контингентування

Інші методи оптимізації ефективності менеджменту: управління маршрутами мережу розповсюдження, валютні ресурси

Методи передбачення замовлень клієнтів; передбачення попиту

Передбачення анулювання та no show; порочне коло go-show

Міжнародні бухгалтерські методи (англосаксонська бухгалтерія)

Національні відмінності і бухгалтерська коригування

Бухгалтерія в англосаксонських країнах: характеристики бухгалтерських систем; першочерговість необхідності фінансових інвесторів; англосаксонський підхід до бухгалтерської інформації.

Законодавство з бухгалтерії в деяких країнах: USA, UK;

Міжнародна норма IASC (Міжнародний Комітет бухгалтерських стандартів).

Походження і функціонування (органи функціонування. Стандарти Комітету).

Реалізація: робота з нормалізації, вплив IASC.

Модуль 2 «Комерційні, рекламні, юридичні та податкові аспекти» - 5 кредитів / оцінка 20

1. Стратегія великих готельних груп (20 годин)

Зміст:

1. Аналіз ринку

різноманітність ринків

протяжність ринків

прийняття раціонального рішення

2. Средства вивчення

пошук інформації на рівні клієнтури і на рівні інших учасників

використані методи:

методи якісного вивчення

методи кількісного вивчення

3. Знать, щоб вирішувати:

попередня оцінка продажів

сегментація ринків

безпосередньо сегментація

вивчення на прикладах (Хілтон, Редіссон Сас, Аккор, Хйат, Фор Сизон, інші)

2. Управління ризиками (20 годин)

Зміст:

1. Складіть список всіх ризиків, з якими може зіткнутися РМЕ, найбільш повний.

2. Предложите майбутнім менеджерам практичний інструмент на розвиток і позитивну реакцію (попередження, покриття та врегулювання страхових випадків), обігруючи принципи, пов'язані зі страховими зобов'язаннями.

3. Друга мова: іспанська

Зміст:

1. Туризм в Іспанії:

Економічні, соціальні та культурні аспекти

Курортний туризм і його різноманітність: додаткові пропозиції

Розвиток туризму в сільській місцевості, ділового та оздоровчого

Нові туристичні продукти

2. Караїбські острова та Латинська Америка

Великі цивілізації: привілейоване місце в культурному туризмі

Величезний ранок прийому. Необмежені можливості
Куба: «манна небесна» для європейських туристичних компаній
Нові напрямки: Мексика, Аргентина, Перу

3. Туризм сьогодні

Роль основних турів і туристичних агентств
Великі готельні групи
Рекламний туризм: міжнародні ярмарки і салони
Екотуризм

4. Особистий і професійний шлях

Методи пошуку роботи
Мотивоване лист і автобіографія
Підготовка до зустрічі
Підсумок знань, компетенцій та умінь.

Університеті ім. Блеза Паскаля в Клермон-Феррані

Суспільна та економічна середу 80 годин
Економічний і суспільний розвиток
Економічна та політична географія
Знання сфери туризму
Туризм і підприємство, туризм і особистість 120 годин
Науковий і технічний туризм
Надбання, територія, особистість, традиції
Виробництво туристичного продукту 120 годин
Туристичний маркетинг і управління
Завантаження та політика підприємства
Іноземні мови 80 годин

Модуль I - Управління і організація в сфері туризму

Державне право і туризм
Право і організація туризму
Фінансовий аналіз
Статистика
Туристичний маркетинг
Туристичні проекти

Модуль II - Туристичне середовище

А) Географія
Простір та продукти
Географія і туризм
В) Економіка
Туристичне пропозицію
Загальні принципи
Економіка підприємства
Економічна роль туризму
Економіка Корсики
С) Туризм, історія та суспільство
Історія туризму
Установи туризму

Модуль III - Засоби комунікації

А) Іноземні мови
(письмова і усна) Англійська
Італійська
Іспанська
Німецька

В) Інформатика • Туризмологія
Спеціалізовані семінари
Готельне управління
Департаментська політика
Громадська політика
Методи територіального аналізу
Національна політика
Стажування

Другий курс

Модуль I - Туризм і розвиток

А) Інтегроване туристичне розвиток
Управління
Туристичне розвиток
Туризм та капіталовкладення
Туризм та економічний розвиток
Туризм і транспорт
Туристичні проекти
Довгострокове розвиток туризму

В) Туризм та суспільство
Соціологія

Модуль II - Управління

Правові аспекти туризму
Державне право в туризмі
Оперативний маркетинг
Стратегія підприємств

Модуль III - Засоби комунікації

А) Англійська мова
В) Друга іноземна мова
італійська

іспанська

С) Третя іноземна мова
німецька

Д) Інформатика

Е) Культура

Методи продажу та національні традиції
Культура і Корсиканське суспільство
Туристична комунікація

IV - Семінари

Політика розвитку
Методологія
Оперативна статистика
Туризм і транспорт
Туризм та культурне і природне надбання

Університет Монпельє 1

Спеціалізація «Менеджмент в сфері спорту та розвиток туристичних організацій та спортивного дозвілля»

Модуль 1: Стратегічний Менеджмент спорту та спортивного туризму (100 годин)

Модуль 2: Підприємство і організація спортивного характеру (38 год.)

Модуль 3: Теорія систем в додатку до спортивним організаціям і трудових ресурсів (24 год)

Модуль 4: Стратегія, стратегічний аналіз і планування (38 год.)

Модуль 5: Інструменти операційного менеджменту в організації спорту, спортивного дозвілля і туризм.

Модуль 6: Фінансовий контроль та аналіз фінансового проектування (35 год.)

Модуль 7: Оперативний облік (40 год.)
Модуль 8: Податкове законодавство (20 год.)
Модуль 9: Право асоціацій в сфері туризму (12:00.)
Модуль 10: Право інформації (12:00.)
Модуль 11: Право спорту, спортивного дозвілля та міжнародного права (30 год.)
Модуль 12: Виробництво і розповсюдження умінь і знань
Модуль 13.: Методологія дослідження (25 год.)
Модуль 14: Загальна і прикладна інформатика (15 год.)
Модуль 15: Оперативний підхід діяльності по професіоналізації (10:00.)
Модуль 16: Європейський союз: Стратегічний підхід до організації спорту, дозвілля та туризму
Модуль 17.: Національні та міжнародні підходи до спортивного дозвілля і до спортивного туризму: кадри, продукти, розвиток, організації, політика (25 год.)
Модуль 18: Проектування продуктів спортивного туризму (25 год.)
Модуль 19: Спортивний туризм та місцевий розвиток: політичний, оперативний підходи (25 год.)
Модуль 20: Географія спортивного туризму: культурні, екологічні та економічні виклики (25 год.)
Модуль 21: Інструменти операційного менеджменту організації спорту, дозвілля і спортивного туризму
Модуль 22: Маркетинг та комунікація: стратегічні та оперативні підходи (50 год.)
Модуль 23: Менеджмент трудових ресурсів і управління персоналом (50 год.)
Модуль 24: Англійська мова (50 год.)
Модуль 25: Елемент європейської культури (25 год.)
Модуль 26: Міжкультурний підхід менеджменту (25 год.)
Модуль 27: Стажування на підприємстві (16 тижнів)

Магістр за спеціалізацією «Науки і методи готельного та ресторанного управління» Мета: підготовка керівного складу вищої ланки управління у сфері готельного господарства.

Перший рік: Інформатика. Статистика та прогнозування. Оснащення готелів.

Фінансова діяльність готельного підприємства. Право в сфері готельної діяльності

Юридична організація підприємства. Управління готельним підприємством Операційний маркетинг. Облік оборотних коштів. Організація постачання і контролю. Аналіз цін. Основи маркетингу. Інформаційні системи. Англійська мова. Іспанська або німецька мова. Стажування - 3 місяці

Другий рік:

Стратегія створення та відновлення. Змішаний маркетинг. Стратегічний маркетинг.

Фінанси. Контроль управління. Розподіл трудових ресурсів. Інформаційні системи.

Інформатика оперативного управління. Комунікація. Організація контролю в готельній справі.

Ціноутворення. Стратегічний аналіз. Англійська мова. Іспанська або німецьку мову. Стажування - 3 місяці

Спеціалізація «Агентства з розвитку туризму в сільській місцевості» - загальна кількість навчальних годин 1204, серед яких 308 на підприємствах.

Модуль 1: Організація та економіка туристичних територій

Ідентифікувати фактори, громадського та місцевого розвитку, роль їх місій, і очікувань.

Ідентифікувати дійові особи туристичного сектора.

Оцінка специфічності сектора туризму.

Модуль 2: Перспектива туристичних територій

Визначати юридичні пристрої довгострокового розвитку туризму.

Визначення політики розвитку, юридичного та фінансового статусу.

Перспектива туристичного оснащення і довгостроковий розвиток туризму.

Модуль 3: Обстеження й аналіз території

Діагностика території.

Прикладні методи обстеження туристичної території.

Модуль 4: Здійснення проекту розвитку

Ідентифіковані і проектування розвитку

Фінансове забезпечення проекту

Представлення проекту

Модуль 5: Переклад проекту розвитку в програму дій

Ідентифіковані туристичних продуктів.
Виробництво туристичних продуктів.
Реалізація туристичних продуктів.
Культурне надбання в якості туристичного продукту.
Модуль 6: Здійснення проекту туристичної території
Пожвавлення мережі місцевих дійових осіб.
Здійснення плану туристичної комунікації.
Модуль 7: Проектування в професійному контексті
Розробка професійного проекту.
Стажування на підприємстві: 2 місяці

УНІВЕРСИТЕТ В КЕМПЕРІ

ПРОГРАМА

1-ий рік

Вивчення історії, історії мистецтв, і т.д.

2-ий рік

Вивчення історії мистецтв та археології (120 годин)

Інструментарій: (192 год.)

Методи вираження і спілкування

Інформатика, оргтехніка, Інтернет

Іноземна мова

Державне та адміністративне право

Культурне надбання: (192 год.)

Поняття і конструкція культурного надбання

Професії культурного надбання

Соціологія культурної практики

Особистість і регіональна історія, Бретонська приклад

Основи етнографії

Етнографія та культурне надбання

Практика (48 год.) + Стажування (8 тижнів)

3-ій рік

Інструментарій (210 год.)

Реклама-маркетинг

Посередництво

Іноземна мова 1

Іноземна мова 2

Засоби масової інформації

Історія мистецтв (125 год.)

Культурне надбання (180 год.)

Культурне надбання сьогодні

Організація культурного надбання та туризму

Географія туризму

Юридичні спеціалізовані аспекти

Музеєзнавство та методи організації виставок

Практика (72 год. + Стажування (12 тижнів)

Після навчання протягом 1 року видається диплом загальних університетських знань. Після другого – диплом спеціальної вищої освіти, після 3-х років навчання диплом магістра в даній сфері.

Спеціалізація «Професії водного спорту»

Модуль 1: Поглиблені знання про сектор

Технічні знання - 92 год.

Педагогіка і дидактика 80 год.

Педагогіка і дидактика

Ресурси і виклики, пов'язані з морською практикою

Організаційні знання 32 год.
Законодавство і регламентації
Морське середовище 30 год.
Модуль 2: Навчання використанню знань в професіях водного спорту
Проект 120 год.
Поглиблення знань в одній з наступних областей:
освіта, навчання, підготовка кадрів, технології, управління-облік, інформатика, колективи і розвиток водного спорту, організація громадських заходів, створення нових продуктів.
Модуль 3: Загальна освіта
Англійська мова 80 год.
Інформатика 40 год.
Проект 20 год.

ІНСТИТУТ ІМ. ПОЛЯ БОКЮЗА

Зміст Освіти
1-Й Рік 2-Й Рік 3-Й Рік
Професійна Техніка
Кухня X X
Харчова Гігієна І Безпека Xx
Прикладні Науки
Нові Технології X
Наука Про Виноробство X X
Харчування X X
Продукти X
Середовище І Культура
Жива Мова 1 X X X
Професійна Культура X
Історія Гастрономії X
Туристична Економіка {Економія} Xxx
Управління Відновленням
Food And Beverage X X X
Стратегічний Менеджмент X
Фінансове Управління X
Маркетинг X X X
Продажі І Реалізація X
Управління Людськими Ресурсами Hxx
Прямий Господар {Готельний Комплекс} І Право Справ Xx
Інформатика X X X
Адміністрація Персоналу Xx
Дослідницькі Праці
Професійний Проект Hxx

УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ЛЮМ'ЄРА В ЛІОНІ

Спеціалізація «Туризм, культурне надбання і дозвілля»
Модуль 1: Знання про історичне та культурне надбання
Історія європейської цивілізації (36 годин)
Історія мистецтв (72 години)
Французьке літературне надбання (24 години)
Модуль2: Підходи до сучасного культурного надбання
Розуміння відмінностей між сільськими і міськими пейзажами (84 години)
Природне, промислове та етнологічне надбання (30 годин)

Модуль 3: Іноземні мови з професійною спрямованістю в сферу туризму
Обов'язкова англійська мова (68 годин)
Іноземна мова за вибором (німецька, іспанська, італійська (54 години)
Модуль 4: Знання суспільства і партнерів
Соціологія туризму (21 година)
Екологічна середовище туризму (36 годин)
Модуль 5: Методологія посередництва, інтерпретації і вибору напрямку
Методи напрямки (156 годин)
Інтерпретація (30 год .. TD)
Модуль 6: Стажування і професійна діяльність
Стажування від 8 до 12 тижнів (Франція або за кордоном)
Модуль 1 Культурне надбання
Художнє надбання (36 год.)
Ландшафтне надбання (36 год.)
Соціо-етнографічне (24 год.)
Технічне надбання та економічний дефіцит (36 год.)
Регіони, простори та туристичні території (24 година)
Модуль 2 Право і економіка в сфері туризму
Історія туристичної практики (24 год.)
Соціологія туризму і закони (12 год.)
Поправки та оснащення туристичних та дозвілля (36 год.)
Економіка туризму і панування закону (24 год.)
Модуль 3 Інструментарій та методи посередництва
Перший іноземна мова (96 год.) Друга іноземна мова (3 іноземна мова - 144 год.)
Техніка та продукти засобів інформації (48 год.)
Документарні методи і складання та редагування документації (36 год.)
Графічна семіотика (24 год.)
Модуль 4 Інструментарій та методи експлуатації
Методи і стратегії експлуатації (24 год.)
Туристична комунікація (12 год.)
Туристичний маркетинг (12 год.)
Методи анкети, опитування та застосування інформатики (60 год.)
Методи управління: інструменти бухгалтера та фінанси (24 год.)
Стажування - 2 - 3 місяці
Модуль 5 Право і економіка
Соціологія і знання
Суспільство і клієнти (12 год.)
Державне право (24 год.)
Розвиток та обстеження території (12 год.)
Методи обладнання та програмування (24 год.)
Менеджмент: якість, довгостроковий розвиток (12 год.)
Модуль 7 Інструменти і методи посередництва
Перша іноземна мова (96 год.) Друга іноземна мова (3 іноземна мова - 144 год.)
Культурне надбання і туризм: екологічні та культурні методи (36 год.)
Музеографія, сценографія, концепція виставки (24 год.)
Підготовка до конкурсів, територіальне державне управління (24 год.)

ШКОЛА КУЛІНАРНОГО МИСТЕЦТВА ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В ЛІОНІ

Програма «Управління готелями та ресторанами»

Модулі 3 професійних та керівницьких технологій.

Модулі 3 професійних технологій

Технологія ресторанної справи

Обслуговування у залі

Кухня - кондитерська – булочна

Справа сомельє – Виноробство

Дієтологія та харчування

Чуттєвий аналіз

Безпека харчування

Естетика та кольори

Мистецтво столу

Професійна практика

\Прийом

Відділ закупівлі

Модулі 3 керівницьких технологій

Поселення

Прийом

Управління бронювання

Обслуговування на поверх

Управління рестораном

Структура індустрії

Стратегічний аналіз та Складання меню

"Менеджмент пібутків"

Фінансовий аналіз

Концепція ресторанної справи

Організаційний менеджмент

Управління кадрами

Інженерія та архітектура

Логістика та Управління закупівлями

Канцелярська інформатика

Керівницька інформатика

Маркетинг та продаж

Стратегія Ринку

Діяльність продаж

Спілкування та просування

Якість продуктів та послуг

Управління фінансами

Бюджетні організація та стратегія

Планування

Управління інвестиціями

Економічна та Фінансова діагностика

"Уніфікація бухгалтерії"

Практика менеджменту

Управління та виробництво у ресторані

Молоде підприємство

Модулі «Середовища та професійної культури»

Англійська чи французька мова

Економіка туризму

Історія кухні та мистецтва столу

Соціо-економічна еволюція ресторанної справи
Комерційне та готельне право
Податкове право

УНІВЕРСИТЕТ НІЦЦИ SOPHIA-ANTIPOLIS

I. Початковий цикл

Модуль 1: Професії і компетенція

Професії

Області діяльності

Модуль 2: Навколишнє середовище

Функції підприємства

Культура підприємства

Гастрономія

Модуль 3: Спостереження та активізація

Відвідування підприємств галузі

Модуль 4: Іноземні мови

Кількісні методи

Системний аналіз в туризмі і в готельній справі

Облік

Мови

II. Фундаментальний і теоретичний цикл

Модуль 5: Туристична культура

Модуль 6: Розвиток туризму

Економіка і політика в туризмі

Модуль 7: Наукові дослідження

Фундаментальне дослідження та їх застосовані

Наукові дослідження в туризмі і в готельній справі

Практичний III – цикл

Модуль 8: Техніка й інструменти

Інструменти основної бази даних: аналіз та прийняття рішень.

Специфічні інструменти: бачити і передбачати, керувати і управляти, спілкуватися і продавати.

Модуль 9: Методи і методологія

Стратегія та організація

Маркетинг та спілкування

Фінанси та податкова система

IV-Операційний цикл

Модуль 10: Семінари по наступним темам:

Перевірка та консультування

Обладнання та програмування

Продукт

Підприємства притулку

Модуль 11: Проект (робота в колективі)

V-Професійний цикл

Модуль 12: Стажування (20 тижнів) на підприємстві

УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ ІНСТИТУТ ПРОФЕСІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В СФЕРІ СПОРТУ НІЦЦИ-SOPHIA

Спеціалізація «Професії спорту і відпочинку»

Базова освіта

Теорія і керування практикою

Історія університету

Економіка

Політико-юридична система

Підприємства

Місцеві органи влади
Асоціації та федерації
Професіоналізація і спеціалізація в менеджменті
Додаткова освіта
Іноземні мови: англійська, італійська.
Інформатика

СТРАСБУРЗЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Спеціалізація «Географія»

1) Фізична географія та навколишнє середовище:

Геоморфологія

Кліматологія і гідрологія

Біогеографія

Дослідження навколишнього середовища

Вивчення небезпек для навколишнього середовища

2) Організація простору:

А - Регіональний і геополітичний аналіз

Регіональна географія Франції

Регіональна географія Європи

Регіональна географія поза Європою

Геополітика

В - Загальна географія:

Економічна географія (продуктивна система, туризм, обмін)

Міська географія

Сільський географія

Географія населення

Вивчення умов життя; передмістя та периферія

3) Інструменти та методи в географії:

Пояснення карт

Розслідування й обробка даних

Обробка космічних зображень

Системи географічної інформації

Картографія, топоμεтрія

Виробництво візуального матеріалу для вивчення території

Робота на місцевості

ПРОГРАМА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В СЕКТОРАХ ТУРИЗМУ, ДОЗВІЛЛЯ ТА ЕКОЛОГІЇ В УНІВЕРСИТЕТІ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ ЛІЛЛЯ

Зміст освіти за спеціалізацією «Туризм, дозвілля, спорт»:

Модуль 1: Управління

Модуль 2: Право

Модуль 3: Стратегічне Управління

Модуль 4: Управління підприємством

Модуль 5: Економіка-Соціологія

Модуль 6: Іноземні мови

Англійська мова

Друга іноземна мова

УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ФРАНСУА РАБЛЕ

Спеціалізація «Маркетинг в сфері послуг»

Модуль 1: Вивчення ринку і споживача (70 год.)

маркетингова інформація вивченням ринку (30 год.)

маркетингова інформація управління базами даних (20 год.)

поведінка споживача стосовно послуг (10:00.)

поведінка е-споживача (10:00.)

Модуль 2: Маркетингова стратегія підприємств сфери обслуговування (60 год.)

Складання стратегії та маркетингового плану (15 год.)

Логістика (10:00.)

Засоби комунікації і реклама (15 год.)

Модуль 3: Продаж послуг (служб) (90 год.)

Комерційні переговори (30 год.)

Нові технології та продаж послуг (20 год.)

Правовий маркетинг (20 год.)

Юридичний статус маркетингових послуг (20 год.)

Модуль 4: Галузевий маркетинг (72 год.)

Маркетинг фінансових послуг (24 год.)

Територіальний маркетинг (туристичний маркетинг) (24 год.)

Маркетинг розподілу (24 год.)

Модуль 5: Моделювання управління (60 год.)

Моделювання підприємства (30 год.)

Застосування управління: розвиток маркетингового проекту (30 год.)

Стажування: обов'язковий термін - 5 місяців мінімум.

ІНСТИТУТ ПУАТЬЄ: БУДИНОК ГУМАНІТАРНИХ НАУК УНІВЕРСИТЕТУ ІМ. ФРАНСУА РАБЛЕ В ТУРІ

Спеціалізація «Міста і території»

Обов'язкові модулі:

Політика

Аналіз політичної ситуації в Європі.

Моделювання політичного курсу

Археологія

Динамічна морфологія міських і сільських ландшафтів

Використання археологічних даних

Географія

Дослідження і методологія в міській географії

Космічна організація та міські політики

Історія

Джерела, методологія та історіографія середньовічної міської історії

Джерела, методологія та історіографія сучасної міської історії

Інформаційні та політичні науки

Громадські дискусії

Політичні підстави громадського простору

УНІВЕРСИТЕТ ІМ. МІШЕЛЯ МОНТЕНЯ БОРДО ІІІ

Модуль 1: «Принципи мікроекономіки туризму»: туристичний оборот, аналіз та наслідки переорієнтація пропозиції.

Модуль 2: «Практика спортивного туризму та управління їй».

Модуль 3: «Еволюція практики спортивного дозвілля». Визначення і розподіл понять: спорт, фізична діяльність, дозвілля, туризм. Спорт як елемент сучасної культури. Головні інтерпретації спортивного факту.

Модуль 4: «Управління спортивними організаціями»: приватні ініціативи, сплановане управління, ринки спортивного дозвілля.

Модуль 5: «Спорт і регіональне управління у Франції»: спортивні організації узбережжя. Лижні станції та спортивні організації в горах. Місцеве інтегрування спортивних організацій. Спорт на службі туристичного розвитку.

Модуль 6. «Туристичний розвиток та управління»

Державна політика розвитку пам'яток

Туристичне підприємство і його економіка: економіка сфери послуг, пов'язаних з притулком; економічні наслідки управління підприємством.

Ринок нерухомості туристичних підприємств: еволюція запиту на туристів, жорсткість пропозиції, фінансування нерухомості в сфері дозвілля, динаміка ринку нерухомості, відвідуваність прибережних туристичних підприємств, зміни в сфері гірських курортів, курорти з мінеральними водами, туристичне надбання, тематичні парки.

Туристичний проект в освоєнні французької території: інновації в туристичному проектуванні, управління туристичними підприємствами в гірській місцевості, на узбережжі "сільські готелі".

Закони управління та розвитку туристичних підприємств: захист та оцінка туристичних підприємств.

Способи управління туристичними підприємствами: юридична і податкова класифікація.

Політика управління підприємствами туристичного притулку у Франції.

Управління великими туристичними територіями.

Політика "клубів інвесторів".

Політика полюсів організованого перебування

Фінансова структура європейських фондів

Процес управління адміністративно-територіальними утвореннями

Модуль 7: «Туристична політика Європейських регіонів»

Інструментарій управління місцевими туристичними організаціями

Юридичні інструменти містобудування та туристичного обладнання, їх історія і функціонування; принципи і реальності; муніципальне містобудування і державне виробництво; окружне і місцеве планування: вищі норми; інструменти та процедури місцевого планування.

Модуль 8: «Створення та реалізація туристичних територій».

Провідні схеми і якість послуг на туристичних підприємствах.

Основні цілі туристичного управління: політичні, економічні, соціальні; розбіжності в підходах; знання про партнерів.

Досягнення якості послуг: управління і пошук людських ресурсів, особистий розвиток, методологічні підходи, виховання і освіти. Роздуми, починаючи з конкретних випадків і основоположних планів туризму в різних країнах: Кариби, Африка, Східна Європа.

Модуль 9: "Кваліфікація туристичної продукції»

Мета: Ідентифікувати марку, кваліфікаційний процес загального туристичного пропозиції - туристичної пам'ятки, що дозволяє об'єднати локальних представників туризму.

Маркетинг: результат маркетингового роздуми; проведений у відповідність із запропонованим запитом.

Принципи змісту; зобов'язання платників податків, зобов'язання керуючого туристичним об'єктом.

Користування туристичним об'єктом: приклад регіонального природного парку Ланд Гасконі. Методи управління Національної Федерації Природних парків Франції: підтримка, специфічна для розвитку туристичних підприємств.

Мета: Структурувати туристичне підприємство, кваліфікаційний процес освоєння туристичної пропозиції на туристичній території.

Модуль 10: «Підвищення вартості туристичного надбання»

Мета: Відбір та оцінка вітчизняних туристичних елементів, які можна включити в місцевий туристичний проект.

Модуль 11: «Посередництво в сфері культурного надбання»

Мета: Включити територіальний розмір в проекти підвищення вартості надбання і пропозиція форм посередництва в додатку до культурної практиці туристичних клієнтів.

Створення території культурних традицій і туризму: елементи визначення надбання і посередництва на туристичній території. Замовлення на вивчення і складання технічного завдання; географічне читання і ландшафт місця; запропонована програма і намічені рішення.

Культурний туризм: спосіб або модель розвитку?: Еволюція в способах визнання прагнення туристів; ринок надбання і використання; інтегрування культурного надбання в економічний процес.

Установа полюса розвитку культурного туризму в Мідос: установчий контекст і цілі вивчення; аналіз місця та його середовища; рекомендована стратегія; мети проекту.

Інструменти посередництва, у додатку до культурного надбання: методи складання переходить у

спадщину продукту в різні стадії.

Модуль 12: «Менеджмент та управління туристичним підприємством»

Маркетинг-міх на туристичному підприємстві

Мета: опанувати маркетинговими стратегіями через певну кількість інструментів, які можна застосувати до туристичного підприємству і до туристичного продукту.

Стратегічний маркетинг: обстеження (внутрішньої / зовнішньої) структури, аналіз портфеля туристичного продукту, визначення стратегічних сегментів, план.

Вивчення ринку: опис та аналіз поведінки споживача, методи анкетування, маркетинг та основні правила експлуатації результатів, класифікації та прогнози.

Конструкція туристичного пропозиції: цикл життя туристичних продуктів, нововведення, встановлення цін, політика цін і керування фінансовим менеджментом, політика розподілу, вибір засобів зв'язку.

Операційний маркетинг: бази даних клієнтів / передбачуваних покупців (вибір, використання), створення компаній прямиї маркетинг, створення мережі збуту поштою, вивчення телефонного ринку збуту.

Комерційні переговори: процес підготовки і проведення переговорів.

Модуль 13: «Менеджмент проекту туристичного підприємства»

Мета: Розуміти і застосовувати основні бухгалтерські правила, аналізувати, будувати і використовувати бухгалтерські документи.

Бухгалтерські методи: складання ділових паперів, організація рахунків, складання бухгалтерського циклу і виконання фінансового року ..

Цикл експлуатації: фізичні і фінансові потоки, закупівлі і продажу, операції з вільними оборотними засобами, пов'язані з грошовими запитами.

Звіт про фінансові результати: проміжні залишки (сальдо; платню) основні фонди та їх фінансування, позики і кредитування орендних операцій, рівновага вільних оборотних коштів.

Проект та фінансове моделювання: параметри циклу експлуатації, покриття інвестицій, вибір фінансування, оптимізація проекту.

Модуль 14: «Розподіл туристичних місць»

Мета: Розуміти різновид розташування місць, природи і способів розподілу туристичних продуктів

Організація розподілу туристичних продуктів: еволюція практики інтегровані суспільства, продаж великих площ, підприємства бронювання, продаж через Інтернет.

Організація та продаж туристичних подорожей.

Модуль 15: "Аналіз різних туристичних груп товарів»

Мета: складати кадастр пам'яток.

Ідеї в надрукованому документі: робочі методи для візуального спілкування; ідентифікація і вибір платника податків; типи досягнень: плакати, буклети, графічна концепція, графічна і фотографічна ілюстрація,

технічне виконання. Визначення бюджетних обмежень. Терміни. Юридичний статус: код приватноправових угод, інтелектуальної власності, контракти, угоди.

Фази концепції: складання технічного завдання, етапи, зміст, процедура консультацій, етапи затвердження фаз концепції.

Туристичне стимулювання:

Здійснення стратегією туристичного стимулювання.

Практика стимулювання.

Приклади стратегії в Нормандії, в Піренеях-Атлантика, в Аквітанії; стратегії, що застосовуються до Іспанії, США, Німеччина, Бенілюкс. Оціночні умови. Перевірка знань і затвердження проекту.

Безперервна освіта

Для отримання диплома про вищу спеціальну освіту передбачається вільне володіння двома іноземними мовами.

Модуль 16: "Планування на туристичному підприємстві»

Загальна політика туристичного підприємства

Принципи туристичного планування: передбачати еволюцію; програмувати фази місцевого туристичного плану .. Приклади обстеження. Стратегічне й оперативне використання. Програмування та план дії.

Оцінка проекту.

Модуль 17: «Підготовка проекту туристичного підприємства»

Мета: застосування основ освіти в майстерні на місці. Ця майстерня дає

Можливість оперативного використання на місці, передбачає вирішення важких стратегічних завдань, моделювання різних ситуацій, в яких студент повинен опанувати індивідуально методами галузевого програмування.

ЗМІСТ ЗАНЯТЬ В ПАРИЗЬКОМУ ІНСТИТУТІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ НАУК

450 год. освіти (1) і 50 годину. затверджених для стажу (стажування) і списку:

180 - 210 год.: Мова, переклад, цивілізація, культура двох або трьох зацікавлених країн національний і порівняний підхід).

90 год. в 120 год. освіти (підрозділу), що стосується Європейського союзу (політики, процеси та механізми великого і загального будівництва (конструкції) проблематичні європейські).

150 год. відповідно до обраного вибору (опції):

політичні та практичні міжнародної торгівлі:

маркетинг

міжнародна торгівля

міжнародне право справ

транспорт

логістика

управління

дрібні та середні підприємства

Політичні та практичні культурні в Європі:

культурні політики

економіка культури

художнє посередництво

майстерня культурного менеджменту

монтаж культурних і мистецьких проектів

Заняття товариств та культури в Європі:

культурні та художні течії

законодавства та культурні, виховні та лінгвістичні політики

Країни центральної та східної Європи:

історія

економіка

культура

мислення і способи життя цих країн

політичні та суспільні зміни

новий економічний розклад відносин з Європейським союзом.

Теоретична та загальна освіта:

Знання про товариства і культурах європейських країн: цивілізація, історія, географія, економіка, мистецтво, культура.

Політичні, економічні, суспільні та культурні проблеми в Європі:

Великі етапи і документи європейського будівництва

Європейські та французькі установи

Економічне, громадське чи культурне середовище

Мистецтво, культура, суспільство:

Історія культурної, художньої та політичної, європейської історії цивілізації, течій, політиків суспільних ідей, циклів "Європа в питаннях"

Професіоналізація:

Спеціальна освіта:

Соціологія культури

Право в сфері культури

Соціокультурне управління адміністративно-територіальними утвореннями

Фінансове управління культурним підприємством

Майстерні культурного менеджменту або управління підприємством, і т.д.

Монтаж проєктів: майстерня образотворчих мистецтв, театральна майстерня, аудіовізуальна майстерня, і т.д.

Технічна і практична освіта:

Методи ведення документації на французькій мові в інформатиці, в управлінні, в обліку; майстерня: маркетинг, монтаж проєкту.

Стажування: дві стажування (один на рік)

ПРОГРАМА НАВЧАННЯ В УНІВЕРСИТЕТІ ПО І АДУР

Спеціалізація «Управління та проєктування малих і середніх підприємств у сфері спорту, дозвілля та туризму»

ЄС 1: 70 год.

Спортивний розмір: історія спорту, установ, соціології практики 24 год.

Туристичний розмір: підстави {бази}, організації, характеристики 24 год.

Природа: простору {прогалини}, мова, політики 10 год.

Втручання фахівців (Спорт, дозвілля, туризм) 12 год.

ЄС 2: Право - управління 108 год.

Право спорту та дозвілля 36 год.

Бухгалтерський облік: асоціативна і приватна 72 год.

ЄС 3: Менеджмент - спілкування 156 год.

Економіка підприємства 36 год.

Спілкування підприємства 48 год.

Англійська мова 36 год.

Іспанська мова 36 год.

ЄС 4: Методологія - інформатика 82 год.

Описова статистика 24 год.

Методологія дослідження {пошуку} 10 год.

Інформатика: текстовий редактор, електронна таблиця, малюнок 48 год.

ЄС 5: Майстерні і стажування 66 год.

Стажування 42 год.

Вивчення обґрунтованості: організація стажування 24 год.

Стажування на підприємстві - 2 місяців

Педагогіка: психологія, навчання і розвиток 36 год.

Педагогічні застосування {додатка} 27 год.

Спорт здоров'я: пільги і небезпеки практики APS 24 год.

ІНСТИТУТ ПОЛІТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТУЛУЗИ

Фундаментальна освіта - 125 год.

Міжнародна економіка (економія) туристичних послуг (служб)

Міжнародний туристичний запит, пропозиція туристичних продуктів і ринок, фінансування туристичних інвестицій, туристичні політики.

Економічний розрахунок і стратегія підприємства

Аналіз специфічних умов ринку та туристичного сектора, адаптації до стратегій підприємства саме в предметі експорту.

Методи реалізації та туристичного маркетингу. Ці методи в глибокій зміні проаналізовано головним чином в баченні міжнародного туристичного маркетингу на головних ринках в Європі, в Північній Америці та в Мирній Азії.

Технологія інформації та спілкування застосованого до міжнародного туризму

Роль інформатики, умов технічного використання Internet.

Міжнародні відносини та право у туризмі

Міжнародні організації туризму, юридичні регламентації в питанні про туристичні професії в міжнародних туристичних угодах.

Варіативна технічна освіта - 190 год.

Сфера обслуговування дозвілля
Європейські та міжнародні, національні установи туризму
Політика стимулювання та туристичні професійні спілки
Економіка культурних послуг
Міжнародна торгівля послугами
Міжнародна торгівля послугами повітряного транспорту
Міжнародна торгівля послугами морського транспорту і круїзів
Англійська мова (40 годин)

УНІВЕРСИТЕТІ ІМ. СЕРЖИ-ПОНТУАЗ

Програма навчання по **Модулю 1:** «Концепція культурних та туристичних проектів» передбачає **педагогічні цілі:** вміти аналізувати місцеві ресурси та визначати різноманітність елементів культурного та туристичного надбання, дозволяючи встановити проекти розвитку, ідентифікувати характеристики контексту і партнерів проектів. Курс стосується методології проекту, аналізу території та ролі різних громадських партнерів, аналіз суспільних відносин, вивчення культурних та туристичних ресурсів (будівельне і етнографічне надбання, ландшафти і природні місця).

Модуль 2: «Створення проекту та управління ним» переслідуює **педагогічні цілі:** розпізнавати головні елементи суспільного, юридичного та економічного, культурного та туристичного контексту проектів, опанувати вміннями управління цими проектами. Курс стосується права, яке оточує проекти, культурної та туристичної економіки, інструментарію маркетингу та комерційної справи (заняття ринку, дистриб'юторських мереж), інструменти управління (аналіз бюджет, облік); умови менеджменту команди.

Модуль 3: «Установчий контекст міжнародних культурних зв'язків та стратегій». **Педагогічні цілі:** знати громадські, установчі та юридичні рамки культурних та туристичних проектів – європейських і міжнародних. Курс стосується організації та функціонування установ та міжнародних відносин умови фінансування європейських проектів, монтаж міжнародних проектів.

Модуль 4: «Умови та технології спілкування на службі культурних та туристичних проектів». педагогічні цілі: знати принципи функціонування і різні інструменти і технології спілкування та інформації, для того, щоб зуміти їх включити на етапі створення культурних і туристичних проектів.

Курс стосується еволюції професій, принципів спілкування, надання різноманітної підтримки, монтажні умови документів, стосунки із засобами інформації, комунікаційними технологіями (інформаційні, мультимедійні мережі).

Модуль 5: Англійська мова за професійним спрямуванням в сферу культури і туризму. Мета: вільне володіння англійською мовою в області культурної та туристичної діяльності.

Модуль 6: Вивчення практичних прикладів. Педагогічні цілі: показати практичне застосування документації, що стосується локальних або національних проектів

ФРАНСІЙСЬКИЙ ІНСТИТУТ ПРОЕКТУВАННЯ ПОСЛУГ

Спеціалізація «Перекладач»

Модуль I. Знання про історичне та культурне надбання (200 год.)

Історія цивілізацій і сучасність. Історія мистецтв і сучасне мистецтво. Представлення ландшафтів.

Французьке і європейське літературне надбання.

Модуль II. Іноземні мови, застосовані до сфери туризму (50 год.). Англійська, іспанська, німецька, італійська.

Модуль III. Культурне посередництво (140 год.). Методи спілкування. Психологія туризму.

Представлення ландшафтів. Елементарне подання природного і культурного надбання.

Модуль IV. Управління та організація туристичних відвідувань (210 год.).

Знання про сфери культурного туризму.

ДОДАТОК Н

28 об'єктів Франції по номінації Всесвітньої культурної спадщини:

1979 – кафедральний собор в Шартрі – вище досягнення французького готичного мистецтва;

1979 – наскальні малюнки в печерах по р. Везер;

1979 – ансамбль Мон-Сен-Мішель з затокою. Бенедиктинський монастир, побудований в період XI-XVI ст., Визнаний «Чудом Заходу». Він розташований на скелястому півострові-стрімчаку, який перетворюється на острів під час припливів;

1979 – палац і парк у Версалі. Версальський палац понад століття був зразком ідеальної королівської резиденції для всієї Європи;

1979 – шедевр бургундського романського мистецтва і архітектури монастирська церква Мадлен (XII в.) і пагорб в Везелі;

1981 – кафедральний собор в м. Австралія. Здобуйте в інтернеті авіаквитки в Мулаватану. Ам'єн, один з найбільших «класичних» готичних церков XIII в.;

1981 – Цістерціанській монастир Фонтене; 1981 – палац і парк Фонтенбло;

1981 – давньоримські та романські пам'ятники в м. Арль;

1981 – давньоримський театр з оточенням і тріумфальна арка в м. Оранж;

1982 – Королівський соляний завод в Арк-е-Сенан;

1983 – церква Сен-Савен-сюр-Гартан, відома як «Романська Сікстинська капела», з великою кількістю прекрасних і добре збережених стінних розписів;

1983 – площі Плас-Станіслаас, Плас-де-ла-Кар'єр та Плас-д'Альянс в м. Нансі;

1985 – давньоримський акведук Пон-дю-Гар;

1988 – Гранд-Іль – історичний центр Страсбурга з видатним комплексом пам'ятників XV-XVIII ст.;

1991 – кафедральний собор Нотр-Дам, колишній монастир Сен-Ремі і палац Те в Реймсі;

1991 – береги Сени в Парижі, що дають уявлення про еволюцію Парижа і всієї його історії;

1992 – кафедральний собор в м. Бурж - один з найбільших шедеврів готичного мистецтва кінця XII – кінця XIII ст., захоплює своїми пропорціями і єдністю дизайну;

1995 – історичний центр м. Авіньон – резиденції пап в XIV в.;

1996 – Каналь-дю-Міді (Південний канал), що сполучає Середземномор'я з Атлантикою, – чудовий шедевр цивільної інженерії Нового часу;

1997 – видатний зразок укріпленого середньовічного міста Каркасон;

1998 – історична частина м. Ліон;

1998 – чотири дороги у Франції, за якими в середні віки незліченні паломники прямували в іспанське місто Сантьяго-де-Кампостела;

1999, 2005 – дзвіниці XI-XVII ст. в містах Бельгії і Франції;

1999 – виноробний район Сент-емільон з винятковим ландшафтом, повністю відданим виноградарству, і прекрасними історичними пам'ятками в містах і селах;

2000 – долина Луари від Сюллі-сюр-Луар до Шалона – видатний культурний ландшафт, що включає історичні міста і села, величні архітектурні пам'ятники – замки;

2001 – Провен, місто середньовічних ярмарків;

2005 – Гавр – місто, відновлений О. Пере і виділяється своєю єдністю і цілісністю.

З М І С Т

	Назва	Стр.
Передмова		3
Р О З Д І Л 1 .	Соціально-економічні передумови розвитку туризму та формування туристської освіти	5
1.1.	Роль і місця Франції у системі міжнародного туризму.....	5
1.2.	Понятійно-термінологічний апарат дослідження проблем підготовки фахівців сфери туризму Франції.....	22
1.3.	Природно-географічні та культурні передумови розвитку туристичної діяльності та функціонування освіти в туризмі.....	40
1.4.	Аналіз міжнародних, національних і регіональних вимог щодо професійної підготовки фахівців сфери туризму.....	80
1.5.	Аналіз історичного досвіду і сучасного стану системи освіти Франції.....	100
Р О З Д І Л 2 .	Основні тенденції розвитку системи професійної підготовки фахівців туристичної галузі в університетах Франції.....	
2.1.	Функціонування системи підготовки фахівців для сфері туризму Франції на сучасному етапі	112
2.2.	Змістовно-технологічна підготовка кадрів для сфери туризму Франції.....	132
2.3.	Проблеми розвитку туризму та зміст туристської освіти на заморських територіях Франції.....	178
Р О З Д І Л 3 .	Інноваційний потенціал туристичного досвіду університетів Франції та можливості його використання в Україні.....	
3.1.	Підвищення кваліфікації та перепідготовка кадрів для сфери туризму Франції.....	188
3.2.	Особливості іншомовної професійної підготовки фахівців у сфері туризму Франції.....	202
3.3.	Пріоритетні напрями підготовки кадрів для сфери туризму на сучасному етапі.....	213
В И С Н О В К И		226
Л И Т Р А Т У Р А		231
Д О Д О Т К И		247