

Ефанова Людмила Дмитриевна

канд. пед. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 000-0002-2632-1035

e-mail: efanovald@mail.ru

Полякова Вероника Леонидовна

студент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

e-mail: veronika.polyakova@icloud.com

Efanova Lyudmila

Candidate of Pedagogical Sciences, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 000-0002-2632-1035

e-mail: efanovald@mail.ru

Polyakova Veronika

Student, State University of Management, Moscow, Russia

e-mail: veronika.polyakova@icloud.com

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ФРАНЦИИ

Аннотация. Сегодня Франция является одной из наиболее посещаемых туристами стран мира. В статье рассмотрены особенности туристической отрасли Франции. Цель статьи – изучение современного состояния туризма во Франции и составление прогнозов на ближайшее будущее. Выделено явление чрезмерного туризма, рассмотрена и обоснована реакция местного населения на суртуризм. Приведено мнение экспертов Всемирной туристской организации о чрезмерном туризме. Рассмотрены последние значимые события, способные повлиять на турпотоки во Франции.

Ключевые слова: туризм во Франции, чрезмерный туризм, суртуризм, туристские потоки, туристическая отрасль, сельский туризм, управление туризмом.

Цитирование: Ефанова Л.Д., Полякова В.Л. Современное состояние туристической отрасли Франции//Вестник университета. 2019. № 10. С. 102-105.

THE CURRENT STATE OF TOURISM INDUSTRY IN FRANCE

Abstract. Today France is one of the most visited countries in the world. The features of the tourism industry in France have been considered in the article. The purpose of the article is to study the current state of tourism in France and make forecasts for the near future. The phenomenon of excessive tourism has been highlighted, the reaction of the local population to surlourism has been reviewed and substantiated. The opinion of experts of the World Tourism Organization on excessive tourism has been adduced. The latest significant events, that can affect tourist flows, have been considered.

Keywords: tourism in France, excessive tourism, surlourisme, tourist flows, tourism industry, rural tourism, management of tourism.

For citation: Efanova L.D., Polyakova V.L. The current state of tourism industry in France(2019) Vestnik universiteta, I. 10, pp. 102-105. doi: 10.26425/1816-4277-2019-10-102-105

Франция сегодня является одной из наиболее развитых и привлекательных стран для туризма. Туристов привлекает высокий уровень жизни страны, культурные особенности, обычаи и нравы, множество достопримечательностей и развитая инфраструктура. Туризм является важной отраслью экономики Франции. Это катализатор развития страны, являющийся важной статьей дохода Франции. Доля туризма в валовом внутреннем продукте страны велика – около 8 % ежегодно. Туристическая отрасль традиционно характеризуется положительным сальдо [3]. Франция является самой популярной страной в мире, она лидирует по числу туристов уже много лет. Ее посещает более 85 млн человек ежегодно, что является рекордным показателем.

Из-за такого высокого числа туристов во Франции в 2018 г. активно заговорили о суртуризме (surlourisme или overtourism). Впервые термин overtourism был использован в 2016 г. американским исследовательским агентством Skift. Но наиболее значимым событием стало то, когда о суртуризме заговорила Всемирная туристская организация (далее – ЮНВТО) в 2018 г. для обозначения чрезмерного количества туристов в стране. ЮНВТО посвятила международную конференцию обсуждению surlourisme. Согласно этой организации, surlourisme – чрезмерный туризм, оказывающий влияние на качество жизни граждан и на качество впечатлений посетителей страны. По данным ЮНВТО, опубликованным в ноябре 2018 г., ежегодно количество туристических поездок по миру увеличивается в среднем на 5 %. Хотя это явление характерно для всех регионов (+7 % в Азиатско-Тихоокеанском регионе, +6 % на Ближнем Востоке и в Европе, +5 % в Африке, +3 % в Северной и Южной Америке). Особенно ярко суртуризм проявился во Франции [7].

© Ефанова Л.Д., Полякова В.Л., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Граждане Франции весьма обеспокоены массовым наплывом туристов, что проявляется в негативных публикациях в прессе. По всей стране очень часто можно услышать такие лозунги, как: «Les touristes tuent notre ville» («Туристы убивают наш город»). Многие городские жители говорят, что массы туристов на улицах затрудняют их жизнь. Негодование французов совершенно оправданно: туристы врываются в некогда аутентичные места, меняя привычный уклад жизни местных жителей и создавая нездоровую атмосферу. Иногда в наиболее популярных туристических местах закрываются магазины и аптеки, а на их местах открываются сувенирные лавки и гостиницы, что также вызывает недовольство местных жителей. В связи с этим сегодня становится распространенной туризмофобия. Французы считают, что вклад туристов в экономику страны не может стоять выше их собственного благополучия. По словам многих французов, они уже давно отказались от посещения излюбленных туристами мест, например, Монмартр в Париже. Кроме того, приезжие зачастую подвергают угрозе сохранность исторических памятников культуры. Хотя по данным ЮНВТО отрасль туризма сегодня является одной из наиболее высокодоходных (доходы от нее сопоставимы с доходами от автомобильной, нефтяной промышленности), прибыль от туризма в таких условиях отходит на второй план [2].

Однако французы пока еще не слишком негативно настроены против туризма. Для сравнения, в некоторых других городах европейских стран местные жители подписывают петиции против бесконтрольных потоков туризма (Венеция, Амстердам), а где-то устраивают неорганизованные акции протеста против туристов (Барселона). Поэтому отрасль туризма во Франции еще можно стабилизировать.

ЮНВТО считает, что перегруженность туризма – не национальная или глобальная проблема, а локализованная, то есть суртуризм связан с наиболее популярными направлениями туризма. Решив посетить Францию, не нужно сразу же мчаться в столицу и на Лазурный берег. Париж сегодня максимально переполнен, в то время как внутри Франции можно найти множество живописных самобытных городков, где неоправданно не развит туризм. Поэтому нужно распределять потоки туристов по наименее посещаемым местам, что уже делается в Венеции, где пытаются привлечь туристов в местности периферии. Для этого нужно развивать инфраструктуру: в некоторых гостиницах провинциальных городков до сих пор нет беспроводного Интернета, не развита транспортная сеть.

Французский туристский продукт реализуется по следующим направлениям: «побережье» (пляжный туризм), «горы» (зимний туризм), «природа» (экологический туризм), «культура и наследие» (экскурсионный туризм), «города Франции» (познавательный туризм), «искусство жить» (винодельческий и ресторанный туризм), «религиозный туризм». А также во Франции развит бизнес-туризм, молодежный туризм и туризм для людей с ограниченными возможностями [5].

Во Франции сегодня очень популярен сельский туризм, то есть туризм, при котором отдых в сельской местности является основной мотивацией. При таком виде туризма для приезжих предоставляются комплексные услуги по проживанию, питанию, организации досуга (рыбалки и охоты), экскурсионному обслуживанию, причем все это организовывается при использовании природных и сельскохозяйственных ресурсов. Назначение сельского туризма во Франции – поддержание освоенности территории страны. Обычно туристов здесь размещают в маленьких коттеджах-апартаментах, а еду французы готовят самостоятельно из экологически чистых сельских продуктов. Сельская местность во Франции занимает около 80 % площади страны, поэтому французы активно развивают сельский туризм, делая акцент не на производстве сельскохозяйственной продукции, а на оказании услуг в сфере сельского туризма. В этих целях французы даже создают специальные деревни, а власти стимулируют застройку домиков на прибрежных зонах и создание песчаных пляжей. Примечательно, что сельский туризм популярен не только среди иностранцев (немцев, англичан, бельгийцев, голландцев и др.), но и среди самих французов.

Франция характеризуется развитой туристической инфраструктурой, одним из направлений которой является гастрономический туризм. Он включает посещение гастрономических фестивалей, продовольственных выставок и кулинарных шоу, дегустаций, то есть действий, связанных со знакомством с национальной едой. В 2010 г. французская кухня была внесена в список шедевров устного и нематериального культурного наследия ЮНЕСКО, поэтому неудивительно, что этот вид туризма активно развивается во Франции. Кроме того, некоторые связанные с виноделием французские регионы внесены в список всемирного наследия ЮНЕСКО: винодельческие земли Бургундии, склоны домов, винодельческие дома и погребца Шампани.

Каждый французский регион ассоциируется у туристов с каким-либо продуктом или блюдом: Нормандия – с сыром, Бретань – с блинами, О-де-Франс – с пивом, Земли Луары – с рыбой и морепродуктами, Бургундия-Франш-Конте – с говядиной по-бургундски, Прованс – с лимонами и прованскими травами, и т. д. Все это подтверждает разнообразие французской кухни. Около трети иностранных туристов называли гастрономию в качестве мотивации для посещения Франции [4].

Процесс увеличения популярности туризма многие считают результатом повышения уровня образованности людей, туризм рассматривается в качестве способа познания мира [1]. Опираясь на эту идею, популярность Франции как туристического направления обоснована. Франция еще с XVII в. являлась центром элитарной культуры, здесь сосредоточено множество памятников культуры и искусства (насчитывают более 40 тыс. памятников). Франция известна своими национальными традициями, фестивалями, кухней. Многие образованные люди приезжают во Францию с целью побывать на родине В. Гюго, Э. Мане, К. Моне. Каждый год Лувр посещает около 10 млн человек (70 % – иностранные туристы), причем в 2018 г. поставлен рекорд – более 10 млн посетителей. Другие музеи также популярны: музей д'Орсе принимает около 4 млн человек ежегодно.

Французское правительство всегда ориентировалось на привлечение туристов, не задумываясь о возможных последствиях. Сегодня стало необходимо найти баланс между развитием туризма и удовлетворенностью местных жителей. Без сомнения, туризм нуждается в контроле, нужно увеличивать не количество туристов, а рентабельность. ЮНВТО призывает города стать «умными» туристическими направлениями, в которых будет объединены цифровая экономика и туризм для более плодотворного и контролируемого туризма. Европейский парламент, определяя сущность «умного» города, одним из условий его существования называет включение коренного населения в разработку политики в области туризма. Такая политика помогла бы разрешить проблемы с недовольством французов чрезмерным туризмом.

Сегодня французы принимают некоторые меры для управления туризмом. Многие музеи и достопримечательности (в том числе Эйфелева башня, Лувр) предоставляют возможность покупки электронных билетов с выбором даты и времени. Так процесс посещения культурных объектов становится более организованным, очередей на улицах становятся меньше.

Туристическая отрасль предоставляет более миллиона рабочих мест для французов и трудовых мигрантов, что очень важно для Франции, характеризующейся довольно высоким уровнем безработицы [6]. Развитый гостиничный и ресторанный бизнес способствует увеличению потока туристов. По данным сайтов бронирования, в Париже сегодня функционирует около 5 тыс. отелей. Для сравнения, в Москве их число составляет около 2 тыс.

Примечательно, что Франция даже не имеет профильного Министерства по вопросам туризма. С 2014 г. определением государственной туристической стратегии занимаются Министерство европейских и иностранных дел (далее – МИД) и Министерство экономики и финансов. Однако Франция является самым популярным туристическим направлением в мире. Французы считают, что за туризм должен отвечать именно МИД, так как развитие внешнеторговых связей, дипломатия и туризм являются взаимодополняющими элементами. Во Франции также функционирует специализированная организация Atout France, занимающаяся исследованием и продвижением Франции на мировом туристическом рынке и повышением конкурентоспособности французского туризма.

Таким образом, туризм сегодня является важнейшим фактором развития и статьей дохода любой страны, в том числе Франции. Кроме явного положительного последствия в виде повышения доходов, туризм также способствует сокращению миграционных потоков и безработицы. Во Франции сегодня очень развита туристическая отрасль, что является результатом либеральной политики страны и объясняется богатым культурным наследием. Однако Франция стала жертвой избыточного туризма, для борьбы с которым государству нужно принимать меры. Несмотря на протесты, снижение турпотока незначительно. Ожидается, что к 2020 г. Франция примет более 100 млн туристов.

Библиографический список

1. Артановский, С. Н. Туризм как познание мира//Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 2 (15). – С. 44-48.
2. Казыбайкызы, А., Муханова, А. Е., Смагулова, Ж. Б. Особенности и перспективы развития туризма в мире//Успехи современного естествознания. – 2015. – № 1-2. – С. 265-269.

3. Комиссарова, Ж. Н. Внешнеэкономические связи Франции: эволюция, современное состояние и перспективы / Франция на пороге перемен: экономика и политика в начале XXI века / Отв. ред.: А. В. Кузнецов, М. В. Клинова, А. К. Кудрявцев, П. П. Тимофеев. – М.: ИМЭМО РАН, 2016. – 285 с.
4. Маленцова, П. С., Тишкина, А. Г. Условия и организация гастрономического туризма во Франции//Парадигма: философско-культурологический альманах. – 2018. – № 28. – С. 147.
5. Чудновский, А. Д., Королев, Н. В., Гаврилова, Е. А., Жукова, М. А., Зайцева, Н. А. Менеджмент туризма: учебник. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.
6. Artus P., Garcia-Peñalosa C., Mohnen P. Redresser la croissance potentielle de la France//Les notes du conseil d'analyse économique. – 2014. – I. 16, Septembre [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cae-eco.fr/IMG/pdf/cae-note016v3.pdf> (дата обращения: 27.08.2019).
7. Lanquar, R. Pourquoi 2018 est celle de «l'overtourism» ou du surtourisme//L'Economiste. – No. 5420, 26.12.2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.leconomiste.com/article/1038552-pourquoi-2018-est-celle-de-l-overtourism-ou-du-surtourisme> (дата обращения: 25.08.2019).

References

1. Artanovskii S. N. Turizm kak poznanie mira [*Tourism as the knowledge of the world*], Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv, 2013, I. 2 (15), pp. 44-48.
2. Kazybaikyzy A., Muhanova A. E., Smagulova Zh. B. Osobennosti i perspektivy razvitiya turizma v mire [*Features and prospects of tourism development in the world*], Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya [*Advances in modern science*], 2015, I. 1-2, pp. 265-269.
3. Komissarova Zh. N. Vneshneekonomicheskie svyazi Frantsii: evolyutsiya, sovremennoe sostoyanie i perspektivy [*Foreign economic ties of France: evolution, current state and prospects*], Frantsiya na poroge peremen: ekonomika i politika v nachale XXI veka [*France on the verge of change: economics and politics in the early XXI*], Ed. A. V. Kuznetsov, M. V. Klinova, A. K. Kudryavtsev, P. P. Timofeev, Moscow, IMEMO RAN, 2016, 285 p.
4. Malentsova P. S., Tishkina A. G. Usloviya i organizatsiya gastronomicheskogo turizma vo Frantsii [*Conditions and organization of gastronomic tourism in France*], Paradigma: filosofsko-kul'turologicheskii al'manakh [*Paradigm: philosophical and cultural almanac*], 2018, I. 28, 147 p.
5. Chudnovskii A.D., Korolev N.V., Gavrilova E.A., Zhukova M.A., Zaitseva N.A. Menedzhment turizma: uchebnik [*Tourism management: textbook*], Moscow, Federal'noe agentstvo po turizmu, 2014, 576 p.
6. Artus P., Garcia-Peñalosa C., Mohnen P. Redresser la croissance potentielle de la France [*Straighten out the growth potential of France*], Les notes du conseil d'analyse économique [*Council of Economic Analysis*], 2014, I. 16, Septemeber. Available at: <http://www.cae-eco.fr/IMG/pdf/cae-note016v3.pdf> (accessed 27.08.2019).
7. Lanquar, R. Pourquoi 2018 est celle de «l'overtourism» ou du surtourisme [*Why 2018 is that of the «overtourism» or surtourisme*], L'Economiste [*The Economist*], I. 5420, 26.12.2018. Available at: <https://www.leconomiste.com/article/1038552-pourquoi-2018-est-celle-de-l-overtourism-ou-du-surtourisme> (accessed 25.08.2019).