

ТУРИЗМ

УДК 355.237

ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ТУРИЗМА

Газилов М.Г.

Д-р филолог. наук, профессор

Высшая школа общего гуманитарного образования

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

г. Москва, Российская Федерация

mag.wizard@yandex.ru

Гараева И.Р.

Студент бакалавриата

Высшая школа туризма и гостеприимства

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

г. Москва, Российская Федерация

garaevainzilia1523@icloud.com

Аннотация. *Статья посвящена исследованию процессов становления и развития туризма как многогранного социально-экономического явления во Франции. В работе детально анализируются исторические истоки формирования мирового туристского пространства и специфические черты, определившие лидирующие позиции французского туристического рынка. На основе актуальных статистических данных раскрывается динамика количества прибывших туристов, особенности потребительского поведения туристов и значимость туристической индустрии для французской экономики, которая переживает сегодня непростые времена. Методологическую основу исследования составили исторический и системный подходы. Полученные выводы определяют ключевые факторы эффективного развития сферы туризма и предлагают практические ориентиры для разработки отраслевых стратегий в других странах, стремящихся повысить свою конкурентоспособность на глобальном туристическом рынке.*

Ключевые слова: *Франция, история туризма, статистика, экономика туризма, культурный туризм, сервис*

Туризм, являясь одной из крупнейших и наиболее динамичных отраслей мировой экономики, представляет собой сложный социальный институт, сформированный в процессе длительной эволюции. Его развитие от элитарных форм путешествий до массового глобального явления детерминировано совокупностью экономических, технологических и социальных факторов. Франция, ежегодно принимающая более 90 миллионов иностранных гостей, служит эталонным примером успешной интеграции национального культурного наследия в глобальную туристскую систему. Изучение французского опыта представляется крайне ценным для научного сообщества и отраслевых специалистов.

Исторически корни туризма уходят в эпоху Античности, когда путешествия предпринимались с торговыми, образовательными (например, паломничество в Олимпию)

и дипломатическими целями [5, с. 23-26]. Однако концепция туризма в его современном понимании начала формироваться значительно позже.

Ключевые этапы становления мирового туризма:

- XVII-XVIII вв. «эпоха Великого тура» относится к традиции Гран-тура (фр. Grand Tour) – образовательных путешествий по Европе, популярных в XVII-XIX веках, особенно в XVIII. Молодые люди из высшего общества, как правило, британские аристократы, совершали эти длительные поездки для завершения своего образования, посещая Францию, Италию (особенно Рим), и другие европейские страны. Основной целью было получение культурного, художественного и интеллектуального образования за пределами своей страны [8, с. 85-87].

- Середина XIX в. индустриальная революция. Появление железных дорог и пароходства снизило стоимость и увеличило скорость путешествий, способствуя развитию туризма. Томас Кук, новатор в области организованного туризма, в 1841 году организовал первую групповую поездку на поезде, что стало началом современной туроператорской деятельности и открыло мир для массовых путешествий.

- Начало XX в. развитие инфраструктуры. Благодаря развитию транспортной инфраструктуры (железные дороги, автомобильный транспорт), улучшению гостиничного сервиса, появлению курортов и профессиональных ассоциаций, туризм стал доступен для широких слоев населения, превратившись из элитарного времяпровождения в массовое явление.

- Середина XX в. ознаменовала наступление "эры массового туризма" благодаря послевоенному росту благосостояния, появлению оплачиваемых отпусков и, главное, развитию коммерческой авиации, что превратило туризм в доступное глобальное явление. Это стало переходным этапом от элитарного туризма к доступному отдыху для широких масс, открыв новые возможности для путешествий и обмена культурным опытом.

Французские земли исторически находились на перекрестке важнейших торговых и культурных маршрутов, что предопределило их центральную роль в становлении европейского туризма. Изначально развитие туристической деятельности было связано с традицией аристократических образовательных путешествий, когда представители высших сословий стремились приобщиться к богатейшему культурному наследию страны. Уникальное сочетание архитектурных шедевров, развитой инфраструктуры гостеприимства и репутации центра искусств создавало мощный магнит для просвещенных путешественников. Формирование привлекательного образа Франции как культурной мекки происходило естественно через распространение произведений

искусства, литературы и мемуаров, воспевающих красоты французских городов и провинций [6, с. 44].

Становление современной туристической индустрии было обусловлено комплексом взаимосвязанных факторов. Появление новых форм гостеприимства, развитие транспортных коридоров и рост благосостояния населения способствовали демократизации туризма. Особую роль сыграла уникальная способность французского общества к интеграции исторического наследия в современный контекст, превращая памятники архитектуры в живые пространства для туристического потребления. Французская модель туризма сформировалась через синтез аристократических традиций обслуживания и инновационных подходов к презентации культурного достояния, что позволило создать многогранную и устойчивую экосистему гостеприимства.

Современная французская туристическая индустрия демонстрирует устойчивую динамику развития, сохраняя за собой статус мирового лидера по количеству международных прибытий. По данным статистических наблюдений, страна принимает свыше 90 миллионов иностранных туристов ежегодно, что составляет примерно 10% общемирового туристического потока. Туризм вносит существенный вклад в экономику Франции, формируя около 8% ее валового внутреннего продукта и обеспечивая занятость примерно двух миллионов человек, что подтверждает ее статус одной из ключевых отраслей национального хозяйства [1, с. 202].

Структура туристских потоков характеризуется выраженной географической и сезонной концентрацией. Более 70% международных прибытий приходится на туристов из стран Европейского союза, при этом наблюдается устойчивый рост числа посетителей из стран Северной Америки и Азии. Доминирующее положение сохраняют столичный регион Иль-де-Франс и Лазурный Берег, совокупно принимающие около 45% всех туристов [2, с. 103-107]. В последнее десятилетие наблюдается активная диверсификация туристических направлений – на 15% увеличился поток гостей в регионы Окситания и Бретань, что свидетельствует об успешной реализации политики деконцентрации туристических потоков.

Согласно данным Всемирной туристской организации при ООН (UNWTO) и Национального института статистики и экономических исследований Франции (INSEE), Франция стабильно входит в тройку самых посещаемых стран мира и является абсолютным лидером в Европе по количеству туристских прибытий. Это и культурно-развлекательный туризм, свадебный, деловой и т.д.

Ключевые статистические показатели (данные до пандемии COVID-19 и в период восстановления) (таблица 1).

*Таблица 1 – Ключевые статистические показатели
(данные до пандемии COVID-19 и в период восстановления)*

Показатель	Данные за 2019 год (докризисный период)	Данные за 2020-2021 гг. (период спада)	Данные за 2023 год (восстановление)
Туристские потоки (млн чел.)	90,9	25-30 (среднегодовой показатель)	94,5
Экономический вклад (% ВВП)	8,0	3-4	7,8
Доходы от международного туризма (млрд USD)	69,2	25-30	71,5
Занятость (млн чел.)	2,8-3,0	1,5-1,8	2,9
Основные страны-поставщики туристов	Германия (13%), Великобритания (11%), Бельгия (10%)	Преобладание соседних европейских стран	Расширение доли стран Азии и Америки
Ключевые направления	Иль-де-Франс (35%), Лазурный Берег (15%), Рона-Альпы (12%)	Сокращение потока в крупные центры	Рост популярности регионов (Бретань, Эльзас)

В таблице 2 представлен анализ ключевых статистических показателей развития туризма во Франции.

Таблица 2 – Анализ ключевых статистических показателей развития туризма во Франции

<i>Динамика туристских потоков</i>		
2019 год (докризисный пик)	2020-2021 годы (резкое сокращение)	2023 год (восстановление)
90.9 млн туристов – максимальная привлекательность Франции как туристического направления	25-30 млн туристов – высокая уязвимость отрасли к внешним изменениям (коронавирус, санкции)	94.5 млн туристов – устойчивость туристического бренда Франции и эффективность восстановительных мер
<i>Экономический вклад туризма</i>		
2019 год	2020-2021 годы	2023 год
8% ВВП подчеркивает роль туризма как стратегической отрасли экономики	3 % ВВП – потеря доходов и сокращение деловой активности в смежных отраслях	7.8% ВВП – быстрое возобновление экономического влияния туризма.

<i>Территориальное распределение потока</i>		
2019 год	2020-2021 годы	2023 год:
Концентрация 35% потока в Иль-де-Франс создавала риски перенаселенности и нагрузку на инфраструктуру.	Сокращение потока в крупные центры было связано с закрытием музеев и ограничением массовых мероприятий.	Рост популярности Бретании и Эльзаса свидетельствует об успешной политике деконцентрации туризма и развитии региональных брендов - локаций.

Что же касается доходов от международного туризма, то картина следующая:

- 2019 год: Доходы в \$69.2 млрд показывают высокую покупательную способность туристов и эффективность монетизации туристического потока.

- 2020-2021 годы: Сокращение доходов до \$25-30 млрд было связано не только с уменьшением потока, но и с изменением его структуры (сокращение VIP-сегмента).

- 2023 год: Рост до \$71.5 млрд (с превышением докризисного уровня) объясняется инфляцией и увеличением среднего чека.

При этом занятость в туристической индустрии:

- 2019 год: 2.8-3.0 млн занятых (каждый 10-й работающий) подтверждает социальную значимость отрасли.

- 2020-2021 годы: Сокращение на 1.0-1.2 млн рабочих мест отразило массовые закрытия объектов размещения и общепита.

- 2023 год: Восстановление занятости до 2.9 млн человек свидетельствует о возобновлении работы предприятий индустрии гостеприимства.

География же туристского спроса представляет следующее:

- 2019 год: Доминирование Германии (13%), Великобритании (11%) и Бельгии (10%) отражает традиционную зависимость от европейского рынка.

- 2020-2021 годы: Усиление зависимости от соседних стран было связано с ограничениями на дальние перелеты.

- 2023 год: Диверсификация потока за счет роста доли туристов из Азии и Америки снижает риски зависимости от одного региона.

Таким образом, статистические данные подтверждают не только восстановление французской туристической индустрии после кризиса, но и ее качественную трансформацию в направлении большей устойчивости и сбалансированности [9. с. 116].

Отправляясь впервые во Францию, турист оказывается перед сложным выбором, но некоторые точки на карте просто невозможно пропустить. Эти места, знакомые каждому по открыткам и фильмам, составляют золотой фонд наследия страны и обещают по-настоящему незабываемые впечатления [11. с. 4].

1. Париж: Эйфелева башня и не только. Без сомнения, это символ №1 не только Парижа, но и всей Франции. Вид с площади Трокадеро или с Марсова поля завораживает. Но Париж – это еще и Нотр-Дам (уже открыт после восстановления), Триумфальная арка и Елисейские Поля с лучшим видом на город, район Монмартр с базиликой Сакре-Кёр и атмосферой божемного квартала, а также Лувр, где хранится Мона Лиза и Венера Милосская. Это город, где каждая улица – это история.

2. Версаль: величие королевской власти. Королевский дворец находится недалеко от Парижа, можно легко добраться (19 км. от французской столицы). Сады, парки, фонтаны, роскошь повсюду – все завораживает и напоминает немного Петергоф.

3. Затем следует посмотреть Ниццу – самый «русский» город Франции, столицу Ривьеры, а также фестивальный город Канны, город-княжество Монако и Мон-Сен-Мишель – неприступный скалистый остров-крепость с древним аббатством возвышается среди огромных песчаных пространств, которые во время прилива затопляются самой мощной в Европе водой. Крепость никогда не была захвачена врагами, вид на Мон-Сен-Мишель во время прилива – одно из самых захватывающих зрелищ для туристов во всей Франции.

4. Замки Луары: наследие Ренессанса. Долина реки Луары – это настоящая «страна замков». Их здесь более 300, и каждый прекраснее другого. Для первого знакомства идеально подойдут:

- Шамбор: Самый грандиозный и узнаваемый охотничий замок короля Франциска I.
- Шенонсо: «Дамский замок», построенный над рекой Шер. Невероятно изящный и романтичный.
- Амбуаз: Королевская резиденция с богатой историей, где провел последние годы Леонардо да Винчи, чья могила находится в часовне на территории замка.

Этот список – классика, с которой начинается любовь к Франции. Каждое из этих мест обладает невероятной силой притяжения и навсегда остается в памяти путешественников. Следует отметить также, что жизнь многих русских знаменитостей тесно переплетена с Францией. Здесь жили и творили Иван Тургенев, Федор Шаляпин, Антон Деникин, Иван Бунин, Андрей Тарковский и многие другие [5, с. 5]. Сегодня в период постглобализации Франция и Россия проходит непростой период в своих отношениях, в частности туристический поток между странами переживает резкое падение. Даже слышны возгласы полностью запретить въезд российским туристам в Европу, будем надеяться, что этого не произойдет и здравый смысл возьмет верх (но это тема для другой научной статьи...).

Проведенное исследование позволяет сделать обоснованный вывод о закономерном характере лидерства Франции сегодня в сфере международного туризма. Успех страны обусловлен уникальной комбинацией объективных преимуществ и целенаправленной системной работы по их реализации [2]. Ключевыми конкурентными преимуществами выступили: богатейшее культурно-историческое наследие, включающее объекты всемирного значения; разнообразие природных ландшафтов от альпийских вершин до средиземноморского побережья; выгодное географическое положение в центре Европы; давние традиции гостеприимства и высоких стандартов сервиса [3, с. 77-79].

Особого внимания заслуживает эволюция французской туристической индустрии, прошедшей путь от элитарных аристократических путешествий до становления массовым социально-экономическим феноменом. Эта трансформация стала возможной благодаря последовательной государственной политике, включающей инвестиции в транспортную и туристическую инфраструктуру, разработку нормативно-правовой базы, поддержку малого и среднего бизнеса в сфере гостеприимства, а также эффективному партнерству между государственным и частным секторами.

Современные статистические показатели убедительно свидетельствуют, что туризм превратился в структурный элемент французской экономики [7, с. 49]. Отрасль не только генерирует значительные финансовые поступления (свыше 8% ВВП), но и выполняет важную социальную функцию, обеспечивая занятость каждого десятого работающего жителя страны. Устойчивость отрасли была подтверждена ее способностью к быстрому восстановлению после беспрецедентного кризиса, вызванного пандемией COVID-19.

Перспективы развития французского туризма связаны с адаптацией к глобальным вызовам и трендам. Среди приоритетных направлений можно выделить: внедрение принципов устойчивого туризма, включая снижение экологической нагрузки и поддержку локальных сообществ; цифровизацию всех аспектов туристического опыта; диверсификацию предложения через развитие малопосещаемых регионов; повышение качества обслуживания и персонализацию услуг.

Анализ показывает, что важным направлением станет дальнейшая диверсификация туристских потоков как географически (развитие регионального туризма), так и сезонно (создание всесезонных предложений), а также развитию специализированных видов туризма во Франции (гастрономического, научно-популярного и т.д.). А эффективный опыт современной Франции, международно признанного лидера на глобальном туристическом рынке, может быть полезен и использован сегодня другими странами, в том числе Россией.

Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «География» / А.Ю. Александрова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Кнорус, 2010. - 459 с.
2. Артёмова Е.Н., Козлова В.А. Транспортное обслуживание туристов Учебно-методическое пособие. Орёл: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК», 2011. — 140 с.
3. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма Учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2003. — 176 с.
4. Газилов М.Г., Логинова Н.Ю., Груздева М.В., Костоварова В.В. Культурный туризм: «русский след» в современной Франции // Сервис plus. 2021. Т. 15. №1. С. 3-9.
5. Макаренко С.Н., Саак А.Э. История туризма. Таганрог: ТРТУ, 2003. — 96 с.
6. Основные направления развития туристического рынка Франции, Голосюк С.С., Материалы Междунар. науч.-практ. конф., "Индустрия гостеприимства в странах Европы", Симферополь, 2008. С.43-46.
7. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма М.: Финансы и статистика, 2000. — 208 с.
8. Соколова М.В. История туризма : Учеб. Пособие для студентов вузов по специальности 230500 «Соц.-культур. Сервис и туризм». М.: Мастерство, 2002. — 352 с.
9. Современные тенденции и стратегии восстановления индустрии гостеприимства после COVID-19 и карантинных ограничений Монография/науч. ред. Г.А. Горино. Кривой Рог: Изд. ДонНУЭТ, 2023. — 142 с.
10. Государственная политика Франции в области туризма, [Электронный ресурс] https://tourlib.net/statti_tourism/france-gos.htm (дата обращения 10.09.2025)
11. Планируем путешествие по Франции: список самых главных достопримечательностей [Электронный ресурс] <https://youtravel.me/blog/strany/dostoprimechatelnosti-frantsii> (дата обращения 10.09.2025)