

Галасюк С. С.
доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет,
м. Одеса, Україна

ФРАНЦІЯ ЯК СВІТОВИЙ ЛІДЕР З В'ЇЗНОГО ТУРИСТОПОТОКУ

На світовому туристичному ринку Франція належить до макрорегіону «Європа», для якого властивим є яскраво виражений внутрішньо регіональний характер розвитку туризму – на рівні 90%, що перевищує середньосвітове значення цього показника. Причинами даного явища є такі:

- концентрація великої кількості держав на відносно малій за площею території;
- існування тісних економічних, культурних та етнічних зв'язків між європейськими державами;
- зосередження різноманітних природних ресурсів та культурно-історичних визначних пам'яток;
- відмінний стан мережі наземних транспортних комунікацій;
- розвиток індустрії туризму на високому рівні;
- забезпечення гідної підготовки обслуговуючого персонала;
- спрощення прикордонних та митних формальностей, зокрема внаслідок уведення у дію умов Шенгенської угоди;
- підтримка певного рівня безпеки у країнах Європейського Союзу;
- уведення єдиної європейської валюти тощо [1].

Основні показники розвитку міжнародного туризму Франції представлені в табл. 1, аналіз даних якої свідчить про лідерську позицію з прибуттів іноземних туристів протягом усього досліджуваного періоду часу. Так, потужність в'їзного туристопотоку до Франції знаходиться на рівні 77-87 млн. прибуттів щорічно впродовж 2000-2017 років, і це абсолютний світовий рекорд. Доходи від обслуговування іноземного туристопотоку складають майже \$70 млрд. за оцінками 2017 р., що означає їх ріст у 1,8 рази з початку XXI століття. За цим показником Франція міцно тримає друге місце у світі.

Основні показники розвитку міжнародного туризму у Франції

Показники	Од. вим.	Роки						Зміна значення показників за 2000- 2017 рр. (разів)
		2000		2010		2017		
		Значення показників	Місце у світі	Значення показників	Місце у світі	Значення показників	Місце у світі	
Доходи від в'їзного туризму	\$млрд.	38,5	2	56,2	2	69,9	2	1,8
Видатки на виїзний туризм	\$млрд.	26,7	5	46,7	5	50,3	5	1,9
Сальдо туристичного балансу	\$млрд.	+11,8		+9,5		+19,6		1,7
Кількість прибуттів іноземних туристів	млн.	77,2	1	76,6	1	86,9	1	1,1
Середній дохід від одного прибуття	\$	499		734		804		1,6

Складено за джерелами [2; 3].

Пропорційно зі збільшенням доходів від іноземних туристів зростають і видатки французьких громадян, які виїжджають у закордонні подорожі, – у 1,9 рази за 2000-2017 роки. За цим показником Франція знаходиться на п'ятому місці у світі. Сальдо туристичного балансу цієї країни є позитивним протягом усього досліджуваного періоду та збільшилось в 1,7 рази.

Таким чином, Франція є потужним рецептивним туристичним ринком світу, який характеризується такими основними рисами: туристичний імідж держави; різноманітність французького національного турпродукту; неповторність і розмаїтість всіх регіонів Франції; дбайливе відношення до історії й культури та бажання прославити свій край; участь у Шенгенському візовому просторі; розвиток транзитного туризму із Півночі на Південь; забезпечення державної підтримки туризму [4].

Варто зазначити, що держава визначила одним зі своїх пріоритетів створення найбільш сприятливого і привабливого образу Франції для іноземних туристів.

Державне регулювання сфери туризму у Франції здійснює Міністерство іноземних справ та міжнародного розвитку, а функції безпосереднього керування

галуззю з 2009 року покладені на Агентство з туристичному розвитку «Atout France» [5]. Таким чином, Франції властива третя модель державного регулювання в туризмі, згідно з якою національна туристична адміністрація (НТА) або входить до структури багатoproфільного міністерства, або підпорядковується безпосередньо уряду країни. В обох випадках НТА отримує відносну самостійність в ухваленні рішень, поділяється на дві структури (адміністративну та маркетингову) та має змішане фінансування – як за рахунок коштів із державного бюджету, так і від представників туристичного бізнесу.

До компетенції НТА (яким у Франції є Агентство з туристичному розвитку «Atout France») як центрального органу виконавчої влади у сфері туризму належать: розроблення та удосконалення нормативно-правової бази провадження туристичної діяльності, здійснення координації взаємовідносин між міністерствами, центральними відомствами та органами регіональної влади з питань розвитку туризму, налагодження зв'язків з іншими країнами і міжнародними організаціями щодо розвитку міжнародних туристичних обмінів, просування національного туристичного продукту за рубежом, провадження інформаційного обслуговування туристичного бізнесу [6].

Варто зазначити, що для прийому та обслуговування внутрішніх та іноземних туристів у Франції функціонує потужна індустрія гостинності. Так, у 2016 році у Франції було зареєстровано 30047 закладів розміщення (що на 5,5% більше ніж у 2012 р.), з яких 18424 – це готелі та аналогічні засоби розміщення (питома вага готелів та аналогічних закладів складає 61,3%), а темп приросту готелів та аналогічних засобів розміщення за 2012-2016 роки склав 7,2%. Пік завантаження засобів розміщення доводиться звичайно на липень та серпень. У Франції середньорічний рівень завантаження готелів становив 62,7% у 2016 році та 63,5% у 2017 році. Для всіх інших колективних засобів розміщення він був на рівні 53,2% та 57,7% відповідно по досліджуваних роках [7].

Що стосується ресторанного бізнесу, то Франція має розгалужену систему закладів харчування. Багато з них отримали відзнаки та потрапили в довідник «Червоний гід Мішлен».

Проте зараз на обсяги внутрішнього та іноземного туристопотоку у Франції впливають такі негативні фактори, як політична нестабільність та ймовірність терористичних акцій. Тому держава має запровадити додатковий комплекс заходів для подальшого розвитку туризму та збереження за Францією лідерства за потужністю в'їзного туристопотоку.

Список використаних джерел:

1. Galasyuk S. The European region in structure of the World tourist market / S. Galasyuk // Socio-economic research bulletin. – Odessa: OSEU, 2011. - Issue 41. - Part 1.
2. Ключові показники розвитку туризму: статистичні дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas/topics/Туризм>.
3. Шикіна О. В. Моніторинг туристичного потоку в контексті стратегії регіонального розвитку / О. В. Шикіна, С. Г. Нездоймінов // Conferinta internationala stiintifico-practica «Dezvoltarea sistemelor sociale și economice întrun mediu competitiv la nivel global – Chisinau, 2016. – 167-171 p.
4. Галасюк С. С. Основні напрями розвитку туристичного ринку Франції / С. С. Галасюк // Індустрія гостинності в країнах Європи: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Сімферополь: КІБ, 2008. – С. 43-46.
5. Герасименко В. Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В. Г. Герасименко, О. Л. Михайлюк. — К.: ФОП Гуляєва В. М., 2019. — 332 с.
6. Галасюк С. С. Особливості державного регулювання у сфері туризму України та Франції / С. С. Галасюк // Teoretyczne i praktyczne innowacje w pause: Międzynarodowy naukowe i praktyczne konferencje. – Gdańsk, 2012. – С. 104-107.
7. Шикіна О. В. Тенденції розвитку готельної індустрії Франції / О. В. Шикіна // Глобальні та регіональні аспекти інноваційного розвитку економіки: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (Одеса, 23 березня 2018 р.). – Одеса: ОНЕУ, 2018. – С. 203-207.