

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-18>

УДК 338.48

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ І ЙОГО ВПЛИВ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

HISTORY OF TOURISM DEVELOPMENT AND ITS INFLUENCE ON GLOBALIZATION PROCESSES

Савченко Ольга Олександрівна
кандидат історичних наук, старший викладач,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6172-1931>

Savchenko Olga
Lviv Polytechnic National University

Проведено дослідження історії розвитку туризму і його впливу на глобалізаційні процеси. Визначено, що після кризи Першої світової війни літній відпочинок пропонував простий, здоровий і економічний відпочинок, який з 1920-х років був доступний для службовців і робітників з низькими доходами. Встановлено, що останній етап охоплює розвиток туризму в післявоєнний період до теперішнього часу. Проаналізовано, що сучасний стан розвитку туризму характеризується тим, що багато країн акцентують увагу на покращенні системи внутрішнього туризму. Внутрішній туризм сприяє стабільному становищу національної економіки. Мета дослідження – охарактеризувати основні історичні аспекти розвитку туризму. В рамках кожної країни внутрішній туризм сприяє глибокому усвідомленню спільності інтересів і розвитку видів діяльності, сприятливих для економіки країни в цілому.

Ключові слова: історія, розвиток, туризм, історія туризму, розвиток туризму.

Проведено исследование истории развития туризма и его влияния на глобализационные процессы. Определено, что после кризиса Первой мировой войны летний отдых предлагал простой, здоровый и экономичный отдых, который с 1920-х годов был доступен для служащих и рабочих с низкими доходами. Установлено, что последний этап охватывает развитие туризма в послевоенный период до настоящего времени. Проанализировано, что современное состояние развития туризма характеризуется тем, что многие страны акцентируют внимание на улучшенные системы внутреннего туризма. Внутренний туризм способствует стабильному положению национальной экономики. Цель исследования – охарактеризовать основные исторические аспекты развития туризма. В рамках каждой страны внутренний туризм способствует глубокому осознанию общности интересов и развития видов деятельности, благоприятных для экономики страны в целом.

Ключевые слова: история, развитие, туризм, история туризма, развитие туризма.

In recent years, the tourism industry has become an important social and political phenomenon that affects the economies of many developed countries. Modern tourism, without a doubt, integrates almost all industries. Almost a billion tourist trips are made in the world every year. Tourism is definitely one of the most lucrative industries. Tourism accounts for up to 10% of total EU GDP. In the developed countries of the world, tourism contributes to the socio-economic development of countries. Tourism is the best way to experience a different culture. The humanitarian significance of tourism lies in the use of its opportunities for personal development, its creative potential, and expanding the horizon of knowledge. The pursuit of knowledge has always been an integral part of man. Combining recreation with the knowledge of the life, history and culture of another nation is one of the tasks that tourism is fully capable of solving. Seeing the world with your own eyes, hearing, feeling are important parts of the restorative function of tourism, they carry great humanitarian potential. Acquaintance with the culture and customs of another country enriches the spiritual world of a person. Since international tourism is a reflection of socio-economic relations in the life of individual countries and at the same time an integral part of international relations, the necessary prerequisites for organizing and managing the entire range of tourist and excursion activities both within states and at the international level arise. The study of the history of tourism development and its impact on globalization processes has been carried out. It is analyzed that the current state of tourism development is characterized by the fact that many countries focus on improved systems of domestic tourism. Domestic tourism contributes to the stable position of the national economy. The purpose of the study is to characterize the main historical aspects of tourism development. Within each country, domestic tourism contributes to a deep awareness of the community of interests and the development of activities that are favorable for the country's economy as a whole.

Keywords: history, development, tourism, tourism history, tourism development.

Постановка проблеми. Туризм часто розглядається як глобальне явище з майже незбагненно величезною інфраструктурою. Його важливість очевидна з того факту, що його вплив глибоко проникає в суспільство, політику, культуру і, перш за все, економіку. Справді, це галузь світової економіки з найбільш динамічним зростанням: за оцінками Всесвітньої туристської організації (ВТО), в 2007 році вона налічувала 903 мільйони туристів, які витратили 625 мільярдів доларів США. Тим самим вони підтримали глобальну систему з приблизно 100 мільйонами туристів, співробітників в сучасній індустрії відпочинку і розваг. Існує складна, взаємопов'язана всесвітня структура, призначена для задоволення конкретних туристичних потреб мобільних людей, груп і мас. З моменту свого зародження туризм поляризувався: він розкриває безліч поглядів, починаючи від повного схвалення його потенціалу для збагачення самореалізації в поєднанні з відпочинком і закінчуючи критичним неприйняттям через віру в те, що він завдає шкоди шляхом систематичного урізання розваг і передбачуваність руйнування навколишнього середовища.

Починаючи з початку 1920-х, в німецькомовному світі виникла рання теорія Fremdenverkehr – нині застарілого терміна для позначення туризму – і стосувалася в основному ділових і економічних проблем; з 1960-х років на зміну йому прийшла постійно розширюється сфера туристичних досліджень. Це дає багатьом дисциплінам можливість підійти до теми туризму або, по крайній мірі, до його аспектам з їх власної академічної точки зору. Сьогодні дослідження туризму означають комплекс міждисциплінарних академічних підходів, які можуть знайти різні застосування. Однак вивчення туризму не існує як інтегрована область навчання. Замість цього існує безліч емпіричних звітів, тематичних досліджень, підходів, теорій і перспектив в окремих дисциплінах, включаючи економіку, географію, психологію, архітектуру, екологію, соціологію, політологію і медицину.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Основні аспекти проблематики історичного аналізу розвитку туризму досліджувалися роками провідними, світовими вченими, зокрема: Батлер [1]; Доусон, Фонтайн, Кохен [2]; Говерз [3], Хейвуд [4], Маккерхер і Крос [5].

Відаючи належне науковому здобутку провідних вчених, ми зазначимо, що сьогодні, досі залишається не повністю розкритим питання характеристики основних історичних аспектів розвитку туризму.

Постановка завдання. Мета дослідження – охарактеризувати основні історичні аспекти розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розважальні та пізнавальні подорожі існували раніше – в Єгипті за фараонів. В останньому є свідчення подорожей, що впливають з розкішного способу життя і пошуку розваг, вражень та релаксації. Привілейовані групи населення культивували перші подорожі заради задоволення. В їх працях розповідається, що вони відвідали відомі пам'ятники і реліквії давньоєгипетської культури, в тому числі, наприклад, ступінчасту піраміду Саккари, Сфінкса і великі піраміди Гізи – будівлі, які були побудовані тисячу років тому. У греків були схожі традиції. Вони вирушили в Дельфи, щоб розпитати Оракула, брали участь в Піфійських іграх (музичні і спортивні змагання) або перших Олімпійських іграх. Геродот (485–424 рр. до н. е.), Багато подорожував письменник, цікавився історією і етнологією, який відвідав Єгипет, Північну Африку, Чорне море, Месопотамію і Італію, став піонером нового типу дослідницької поїздки.

Класичний Рим також дав поштовх до подорожей і особливих форм відпочинку. Подорож у відпустку ставало все більш важливим в зв'язку з розвитком інфраструктури. Близько 300 р. н. е. існувала дорожня мережа з 90 000 км основних магістралей і 200 000 км дрібніших сільських доріг. Це полегшило не тільки перевезення солдатів і товарів, а й приватні поїздки. Перш за все, ця система принесла користь заможним мандрівникам, які шукають повчання і задоволення. У першому столітті після Різдва Христового існувала справжня туристична економіка, яка організовувала поїздки для окремих осіб і груп, надавала інформацію і займалася як розміщенням, так і харчуванням. Заможні римляни шукали відпочинку на морських курортах Півдня або проводили час на пляжах Єгипту і Греції. У класичному світі не тільки були «канікули для купання», а й була розроблена рання форма «літнього оздоровчого відпочинку» в шикарних термальних ваннах і розкішних місцях, які в спекотні місяці відвідували багаті городяни. Те, що виникло в першу чергу з охорони здоров'я, незабаром перетворилося в свята для задоволення і розваг, які також могли включати азартні ігри і проституцію. Занепад Римської імперії призвів до виродження багатьох доріг. Подорож ставало все важче, небезпечніше і складніше.

Починаючи з 16 століття, гільдії наказували загальноєвропейську практику подоро-

жей як обов'язковий елемент навчання, часто триваючого від трьох до чотирьох років. Він зберігся як установа з багатим і строго регламентованим набором кодексів аж до 18 століття. Фундаментальна ідея полягала в тому, що можна розвиватися і вчитися під час подорожей, пізнавати світ і вдосконалювати своє ремесло, щоб вирости через випробування і повернутися як досвідчена людина. Той факт, що не всі підмайстри були успішними і часто осягали жахливі долі, очевидний з повідомлень про «епідемії підмайстрів», що циркулювали в 17–18 століттях.

Ранньою формою і попередником сучасного туризму були грандіозні тури, вжиті молодими дворянами між 16 і 18 століттями. Вони володіли своїми власними, новими структурами, які були чітко визначені корпоративним статусом: первинна мета полягала в тому, щоб розширити свою освіту, зазначити кінець дитинства і придбати і відточити соціальну прихильність; проте з часом дозвілля і розваги ставали все більш важливими. З одного боку, це створило диференційовану парадигму подорожі «як мистецтво». З іншого боку, пошук розваг і задоволень припускав елемент подорожі як самоціль. Класичний гранд-тур тривав від одного до трьох років. Маршрут, послідовність і контакти, не кажучи вже про освітню програму, були продумані до дрібниць. Аристократи подорожували зі свитою з наставників, протеже, домашньої прислуги, кучера і іншого персоналу. Вони забезпечували безпеку, комфорт, освіту, догляд та задоволення відповідно до їх спеціалізованої сферою відповідальності.

З Англії гастролі пішли, наприклад, у Францію та Італію. Поїздки в класичні місця Італії представляли собою кульмінацію подорожі, але були відвідані і великі міста в інших країнах: Лондон, Париж, Амстердам, Мадрид, Мюнхен, Відень і Прага мали значну притягальну силу. Під час туру молоді аристократи відвідували королівські двори і аристократичні маєтки, оскільки, врешті-решт, одна мета полягала в тому, щоб навчити їх належного етикету і соціальних прийомів на практиці.

Після кризи Першої світової війни літній відпочинок пропонував простий, здоровий і економічний відпочинок, який з 1920-х років був доступний для службовців і робітників з низькими доходами. Любов до сільської місцевості і прагнення до простоти сільського життя, натхнена критичним поглядом на місто, переважно в красі невисоких гірських хребтів, здається, вказує на суто німецьке різноманіт-

ність літнього відпочинку, яке відрізнялося від поїздок в Скандинавію.

Останній етап охоплює розвиток туризму в післявоєнний період до теперішнього часу. Залежно від точки зору, це вершина туризму або фаза практики і консолідації. Протягом десятиліть туризм став важливою галуззю світової економіки і відмінною рисою сучасних індустріальних країн. Туризм перетинає кордони: просторові, тимчасові, соціальні і культурні. Це його загальний знаменник. Всі згодні з тим, що величезний бум в післявоєнний період був пов'язаний з економічним зростанням, технічним прогресом, високим рівнем конкуренції і створенням нових напрямків і стилів подорожей. На цьому тлі слід розглядати зростання рекреаційної мобільності широких верств суспільства. Цей бум викликали різні чинники, в тому числі зростання добробуту, урбанізація, безпрецедентне будівництво транспортних і комунікаційних мереж, а також збільшення кількості вільного часу в результаті скорочення робочого часу, і все це сформувало соціалізацію.

Проте, це зростання туризму після війни відбувався повільно, і в Німеччині, Австрії та Швейцарії залишалися обмеженими внутрішніми напрямками. У Західній Німеччині тільки в 1953 році кількість місць для відпочинку не досягло довоєнного рівня; значне збільшення частки підлітків і дорослих, щорічно відправляються у відпустку, відбулося лише протягом і після 1960-х років: з 28 відсотків (1962 рік) до 58 відсотків (1980 рік), понад 65 відсотків (1987 рік) і 70,8 відсотка. Показники в Західній Німеччині були середніми в порівнянні з іншими європейськими країнами.

Висновки з проведеного дослідження.

Туризм – це великий сектор економіки. Всі розвинені держави світу вже давно зацікавлені в його розвитку. У світовій економіці туризм вийшов на лідируючі позиції, конкуруючи лише з видобутком нафти. Бурхливий розвиток у всьому світі електронно-обчислювальної техніки та впровадження автоматизації в туризм роблять його також сферою міжнародних інформаційних технологій і процесів. Аналіз сучасного стану туризму в багатьох країнах дозволяє зрозуміти, що розвиток туризму має супроводжуватися зусиллями у сприянні програмами внутрішнього і національного туризму. В рамках кожної країни внутрішній туризм завдяки перерозподілу національного доходу сприяє стабільному становищу національної економіки, більш глибокому усвідомленню спільності інтересів і розвитку видів діяльності, сприятливих для економіки країни в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Butler, R.W. (1980) The concept of a tourism area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1): 5–12.
2. Dawson, D., F. Fountain and D.A. Cohen (2011) Place marketing and wine tourism: Creating a point of difference and economic sustainability for small wineries, 6th AWBR International Conference. Bordeaux Management School, BEM, France, June 9-10, 2011.
3. Govers, R., F.M. Go and K. Kumar (2007) Promoting tourism destination image. *Journal of Travel Research*, 46(1): 15–23.
4. Haywood, K.M. (2006) Evolution of tourism areas and the tourism industry. In R.W. Butler. (Ed.) *The tourism area life cycle: Applications and modifications*. Clevedon: Cromwell Press. 1: 51–70: 3–12.
5. McKercher, B. and H. Du Cros (2002) *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: The Haworth Hospitality Press.