

Annotation

Liberalization of information space as a factor in the development of civil society in Georgia: reality and prospects at the XX-XXI centuries.

The article analyzed the process of liberalization of information space and its importance in the formation of civil society in Georgia at the turn of the twenty-first century. Confirmed the view that the formation of a civil society is impossible without freedom, liberty of speech and the press, expression of the will and the liberalization of the information space.

Keywords: liberalization, information space, information society, civil society, Georgia.

ІСТОРИЧНА ДУМКА**УДК - 338.48 - 53:331****Ірина Дзюбленко****(Київ)****ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ:
ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА**

У статті розглядаються історичні аспекти становлення ділового туризму у світі від стародавніх часів до XXI століття. Розкриваються основні етапи його еволюції від зародження ділових подорожей до утвердження ділового туризму як окремого напрямку сучасного туризму.

Ключові слова: діловий туризм, ділові відносини, ділові подорожі, купці, мандрівники, торговельний шлях, конференції, семінари, виставки, конгреси, інтенсив-тури.

Останнім часом широкого поширення у світі набув діловий туризм як один з напрямків сучасного туризму, який відіграє важливу роль у підвищенні рейтингу будь-якої країни. Дослідження розвитку цього виду туризму є актуальним, адже на сьогоднішній день це одна з самих високоприбуткових галузей світової індустрії. У світі щорічно здійснюється більше 100 млн. бізнес-турів [2, с. 132-140], з них індивідуальних ділових поїздок – 70,8%, відвідування конференцій і семінарів – 12,6%, виставок – 10,9%, конгресів – 3,3%, інтенсив-турів – 2,4% [12, с.55].

У дослідженнях багатьох економістів, соціологів, географів, істориків розкриваються перспективи, стратегії, динаміка та сучасні тенденції розвитку сучасного ділового туризму. Такі дослідження проводять С.І. Нікітенко, М.П. Мальська, А.Ю. Александрова, С.П. Кузик, Н.А. Дехтяр, Г.А. Папірян, Т.В. Петрова, Н.В. Титова, І.Г. Пандяк, однак проблематика історії зародження ділового туризму у світі й досі повністю не розкрита.

У статті ставиться завдання прослідкувати історичну ретроспективу становлення ділового туризму у світі з найдавніших часів і до сьогодення.

Існують різні тлумачення поняття «діловий туризм». Найбільш вживаним є наступне визначення. Діловий туризм – це поїздки людей, частіше всього бізнесменів і державних службовців з діловою метою: підписання угод, контрактів, проведення переговорів, консультацій, обмін досвідом тощо [3, с. 71]. На сьогоднішній день до сфери ділового туризму зараховують організацію різних конференцій, семінарів, симпозіумів, а також виставки, ярмарки, інтенсив-тури, а дехто з дослідників і «човниковий» туризм, який здійснюють дрібні оптові торговці задля закупок або продажу дрібних партій популярних товарів [7, с. 232].

Діловий туризм, серед науковців і дослідників тільки набуває поширення у сучасному трактуванні, але якщо розібратися, має дуже глибоку історію, яка тісно пов'язана з історією розвитку людства. Діяльність людини з перших днів її існування була обумовлена необхідністю пересування з одного місця на інше. Історично склалося так, що сучасний туризм став результатом появи та еволюції подорожей [5]. Подорожі значно впливали на торгівлю, культуру, мистецтво стародавніх цивілізацій. Торгівля в більшості випадків і була тим двигуном, який сприяв розвитку ділового туризму. Наявність водних і сухопутних маршрутів, по яким купці відправлялися в чужоземні і заморські країни сприяло першим діловим поїздкам. Але, на той час, купець, який продавав свій товар і проводив багато часу в інших містах і країнах, навіть не замислювався, як назвати свою поїздку.

Учені у своїх дослідженнях з туризмології та історії туризму виділяють декілька епох розвитку туризму, з якими можна пов'язати і розвиток ділового туризму. Це доіндустріальна епоха соціально-економічного розвитку суспільства, яка охоплює часи античної доби, епохи Відродження, а також новий час. Особливістю подорожей в цей час було те, що вони носили яскраво виражений діловий та елітарний, вибіркового, характер. Тобто їх метою була організація торгівельного обміну, відкриття нових земель, опанування нових ринків [18]. З появою розподілу праці з'явилися подорожі з метою обміну й торгівлі. Мандруючи, люди відкривали нові місця розширювали знання щодо навколишнього світу. Пізнавальний мотив спочатку мав вторинне значення, але з часом перетворився на самостійну мету подорожі. Безумовно, господарські потреби і людська допитливість були першими мотивами подорожей людини, багато з яких відображено у стародавніх епосах, що дійшли до нашого часу [13, с. 6].

Відомості про торговельні відносини у народів стародавнього Сходу, датуються ще третім тисячоліттям до Різдва Христового. Перший цар з сумерійської династії почав торговельні відносини з Північчю і Півднем. Вавилонські килими і фарбовані матерії, кераміка і зброя наповнювали давньосхідні каравани в Індію, Вірменію, Аравію, Персію, Мідію. Назад каравани поверталися з золотом, металом та дорогоцінним камінням. По суті, вавилонські купці і були першими діловими туристами древнього Сходу[17].

У стародавній Фінікії розвивалася переважно морська торгівля. Уже з середини II тис. до н.е. фінікійські кораблі панували в Середземному морі [1, с.7]. Фінікійці здійснили першу морську подорож між Гібралтаром і кам'яними колонами Герголь. У 1100 році до нашої ери фінікійці побудували торговий центр у місці Кадіс. [19, с. 90-92]. З Гадіра фінікійські мореплавці відправлялися на північ, уздовж берегів Іспанії, і на південь уздовж західного узбережжя Африки. Фінікійські купці вантажили свої судна лісом, плодами і металом і відправлялися морем до Індії, Аравії, Палестини, Єгипту, Греції. Звідти везли вино, шерсть, зерно, масло. Що стало початком морського ділового туризму [17].

У стародавніх персів торгівля набула ще більшого розмаху. Завдяки введенню в ужиток грошей та будівництва доріг, можливості вільного пересування всередині імперії товарів і людей, подорожі з різними цілями стають на цей час характерною рисою для її жителів. Ділові відносини персів хоч і наближено, але вже нагадували сучасні. При царі Дарії I була створена найдавніша кур'єрсько-поштова дорога в Персії. Дороги пов'язували Сузи з Екбатаною, столицею Мідії, і Вавилоном. Довжина перських доріг становила більше 2100 км. [1, с.14].

На українських землях перші ознаки ділового туризму згадуються у працях Геродота, Страбона, Арріана, Гіппократа, Полібія, Клавдія Птоломея, Тацита. Серед яких зазначається, що будівництвом міст-порітів, сприяло активному розвитку торгівлі, а також давало можливість грецьким мандрівникам відвідувати новоосвоєні землі.

Найбільш важливим в історії ділового туризму Стародавнього Сходу є поява «Великого шовкового шляху» відкритого у II ст. до н.е. який вів із Сінея через Ланчжоу в Дуньхуан, там він роздвоювався, його північна частина йшла у Ферганську долину, а південна, перетинаючи гірський хребет Паміру, вела в Індію й на Близький Схід. На проходження шляху купці зазвичай витрачали 2-3 роки. Подорожуючи на верблюдах по Стародавньому

Сходу купці збиралися в каравани. На караванних шляхах зустрічали намети, які були розбиті для ночівель мандрівників. Більш обладнаними були караван-сараї, які на відміну від наметів, захищали і від розбійників, і від піщаних бур [1, с.21-22].

Розвиток торгівлі в середні віки привів до появи подорожей з метою реалізації товарів поза місцем його виготовлення [5]. В цей період мандрівниками та організаторами подорожей найчастіше були купці, які не тільки прокладали нові маршрути, але й були джерелами знань про нові країни і землі. Важливе місце серед мандрівників раннього Середньовіччя посідали жителі Скандинавського і Ютландського півостровів, відомі як вікінги. Велике рибальство і торгівля сприяли активному розвитку мореплавства у норманів. Вплив вікінгів поширювався на розвиток торгівлі [1, с. 26]. Лише чого вартий відомий усім торговий шлях «із варяг у греки».

Величезне значення для розвитку ділових стосунків у Європі зіграв Ганзейський союз, який остаточно сформувався в XIV ст. Використовуючи вигідне положення Німеччини на торговельних шляхах, такі міста як Майнц, Кельн, Любек одержали можливість активно розвиватися за рахунок торгівлі. Ганза стала монопольним посередником між виробляючими районами Північної, Західної, Східної та Центральної Європи. Купці їздили по всьому світу. Торгівля процвітала. У середині XV ст. у Ганзейський Союз входило більше 100 великих міст. Активна діяльність Ганзейського союзу сприяла поширенню ділових поїздок, насамперед, з метою вивчення досвіду ведення торговельних операцій. Генуезькі та венеціанські купці звернули свої погляди на країни Центральної Азії, Індію та Китай. Найсміливіші з них відправлялися на пошуки нових торговельних шляхів. Брати Ніколо та Маффео Поло у 1260 р. здолавши шлях із Константинополя через Крим, Бухару, гірські хребти Центральної Азії прибули до монгольського хана, якого змогли переконати у вигідності торгівлі із країнами Європи. У 1269 р. відправивши у зворотній бік вони досягли берегів Італії. На Сході в середньовічні часи пересувалися на верблюдах, які могли перенести спеку пустель і спрагу. Спеціальними кріпленнями торговці фіксували товар на верблюдах і вдало чинили свої «ділові» поїздки.[1, 32-37].

У середньовічній Русі завдяки вигідному географічному положенню активно розвивалася торгівля. Був досить розвинений діловий туризм. Одним із знаменитих був торговий шлях "із варяг у греки", що з'єднував Чорне і Балтійське море і Волзький великий торговельний шлях, що простягався з

Новгорода по ріках Ловаті, Західній Двіні, та Волзі у Каспійське море. В XVI - першій половині XVII ст. одним із основних торгових центрів був Київ. Через нього проходили каравани з Польщі, Кримського ханства, Туреччини, Молдавії, Угорщини, Греції, країн Східної та західної Європи, що направлялися до Московської держави. Запорізька Січ також вела активну торгівлю із сусідніми державами та була транзитним пунктом у торгівлі всіх українських земель і Московської держави із країнами Сходу [1, с.33-35].

Вже у XV столітті, в епоху Відродження, коли почала бурхливо розвиватися економіка, з'явилися нові ремесла, розширилася торгівля між країнами, діловий туризм сформувався як явище і отримав сильний імпульс для розвитку [8, с. 104]. Однак, до середини XIX століття діловий туризм носив переважно торгівельний характер.

З другої половини XIX ст., розпочалася друга епоха розвитку туризму, коли відбулася поява перших узагальнень туристичної практики [18, с.139-166]. Німецькі дослідники пропонують вважати все XIX століття – періодом елітарного туризму, коли дуже престижно було здійснювати ділові поїздки. В цей час відбулися серйозні зміни соціально-економічного характеру, а також це час не лише промислової, а й науково-технічної революції. Популярність ділового туризму стала зростати з появою більш розвиненої транспортної індустрії. Будівництво залізниць, морського транспорту, будівництво готелів, енергопостачання населення, народження зв'язку (телеграфного і телефонного) – всі ці аспекти життя стали стимулюючою ланкою в процвітанні ділового туризму. Люди стали більше спілкуватися, більше подорожувати. Туризм набуває масового характеру. Чужинці з іншого континенту не викликали більше агресію і неприязнь у місцевих жителів. Томас Кук у 1851 році організував ділову подорож до Лондона на Міжнародну промислову виставку, в якій взяло участь понад 165 тис. туристів, а в 1855 році – таку ж подорож на Всесвітню виставку до Парижа, подорожі до Швейцарії, Франції, Італії та інших європейських країн. Ці факти сприяли офіційному визнанню ділового туризму у світі. Англійці становили найчисельнішу частину іноземних туристів у Європі. У першій половині XX століття туризмом почати захоплюватися німці, американці, японці [13, с.21].

В 1950-х роках XX ст., з появою реактивної авіації, діловий туризм увірвався в повсякденне життя людей. У 1955 році під керівництвом А.М. Туполева був створений перший у світі серійний реактивний

пасажирський літак ТУ – 104, здатний долати відстань до 2100 км. зі швидкістю 800 км. на годину. Стало дуже зручно в лічені години добиратися до потрібного місця на літаку, що сприяло поширенню ділових поїздок.

На Заході про діловий туризм заговорили, як про самостійний вид туризму в кінці 1970-початку 1980-х рр., коли в світовому туристичному бізнесі почала використовуватися спеціальна термінологія, що стосувалася галузі бізнес-подорожей, як високоприбуткового сегмента індустрії [8, с.104].

Сьогодні бізнес-тури затребувані круглий рік, адже робота не стоїть на місці. Сучасна людина в праві знайти ділового партнера за кордоном. Така поїздка забезпечує йому не тільки розваги в екзотичних країнах, а й відкриття в собі нових здібностей і вмінь для росту і процвітання бізнесу. Конференції, виставки, семінари розвивають інтелектуальні здібності людини. Після ділової поїздки приходять маси ідей для зміцнення своєї справи.

Зараз кожен четвертий мандрівник здійснює поїздку у зв'язку із службовою необхідністю. І весь величезний сектор поїздок, скоєних з найрізноманітнішими діловими цілями, називається діловим туризмом.

На початку ХХІ ст. діловий туризм міцно утвердився в багатьох країнах де як найшвидше розвивається економічний сектор, що забезпечує приплив іноземної валюти і створення робочих місць, підвищення попиту на різні сектори індустрії туризму, розвиток галузей економіки, науки, освіти, культури та охорони здоров'я [8, с.15].

Отже, у доіндустріальний період подорожі та мандрівки з діловою метою були невід'ємною частиною історії давніх цивілізацій. Спочатку такі мандрівки мали торгівельний характер. Єгиптяни, перси, фінікійці, греки, римляни подорожуючи налагоджували з іншими народами торгівельні зв'язки. Перші століття нашої ери були сприятливими для подорожей: зручні шляхи добре охоронялися, римські гроші приймалися всюди, латину і грецьку розуміли в більшості країн, кордони були прозорими.

Епоха раннього середньовіччя, відзначалася складними умовами здійснення ділових подорожей. Феодална роз'єднаність територій, численні небезпеки на шляхах, розбійники й пірати, поганий стан шляхів і недосконалість транспорту – все це стримувало розвиток подорожей. У той же час, інфраструктура феодалних держав (замки великих і малих феодалів, монастирі, міські гільдії), вимагала постійних зв'язків, які забезпечувалися подорожами. У цей час діловимандрівкам купців приділялася значна увага.

Це був період великих переселень народів, військових походів і завоювань, що сприяло збільшенню мобільність людських мас. Дуже часто мотиви подорожей перепліталися: торгівля поєднувалася з пізнавальними мотивами, релігійні мотиви стимулювали завойовницькі походи, які в свою чергу теж сприяли відкриттю нових земель, народів і культур. На кінець цього періоду процес відкриття населених континентів практично завершився.

Під час другого періоду вже були досліджені та нанесені на карти найбільші річки й озера, визначено рельєфи континентів, окреслено їхні кордони. У цих процесах значну роль відіграли великі держави того часу, зайняті пошуком нових територій для торгівлі, такі як Голландія (Нідерланди), Англія та Росія. Туризм перетворився на значне суспільне явище. На зміну елітарному прийшов туризм масовий. Продовжували розвиватись ділові подорожі, стимульовані розвитком великих монополій, міжнародним характером торгівлі, пошуком нових ринків для вкладення капіталів. Розширювався ринок праці — на початку ХХ ст. маси європейців активно подорожували до Нового Світу у пошуках роботи. Діловий туризм почав відігравати велику роль у політичному та економічному житті країн і вимагав уваги на міждержавному рівні. На сьогодні діловий туризм займає 20% світового туристичного ринку, з них 73% становлять корпоративні поїздки. [14]

Джерела ат література

1. Абрамов В. В. Історія туризму / В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. – Харк. нац. акад. міськ . госп-ва. – Х: ХНАМГ, 2010. – 294 с.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова – М.: Аспект Пресс, 2004. – 463 с.
3. Глушко А.А., Сазыкин А.М. Географія туризму / А.А. Глушко, А.М. Сазыкин, – Изд. Дальневосточного уневерситета, Владивосток, – 2002. – 265 с.
4. Дехтяр Н. А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму /Н.А. Дехтяр // Проблеми економіки, - № 1, - 2014, - С.43-51.
5. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
6. Квартальнов В.А. Туризм – 2-е изд., перераб. –М.: Финансы и статистика, 2007. – 336 с.
7. Кузик С.П. Географія туризму / С.П. Кузик. – К. : Знання, 2011. – 271 с.
8. Леонтьева Ю.Ю. Обгрунтування поняття дестанція ділового туризму / Ю.Ю. Леонтьева // Вісник НТУ «ХП», 2012 - № 56 (962).

9. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Занько Ю. С., Ганич Н. М. Країнознавство: теорія та практика. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 528 с.
10. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку/ С.І. Нікітенко // Наукові праці. Том 52. Випуск 39, 2006. – С.139-143.
11. Пандяк І. Г. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні / І. Г. Пандяк // Вісн. Львів. ун -ту. Серія: Географія. – 2007. – Вип. 34. – С. 183–188.
12. Самойленко А. А. Географія туризма /А. А. Самойленко – Ростов н/Д: «Феникс», 2006. – 368.
13. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності / [За заг. ред,В. Ф. Орлова]. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
14. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення.
15. Офіційний сайт Світової асоціації ділового туризму (Global Business travel Association) [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.gbta.org/Pages/default.aspx>.
16. Офіційний сайт асоціації ділового туризму України [елек-тронний ресурс]. – режим доступу : <http://www.mice.com.ua>.
17. Деловой туризм – один из древнейших видов путешествий [елек-тронний ресурс]. – режим доступу: <http://vseoturizme.com/delovoy-turizm/52-delovoy-turizm-istoriya.html>.
18. Кручек О.А. Туризмоліогія: процес формування теорії туризму / Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2010. – Випуск 8. – С.139-166. [елек-тронний ресурс]. – режим доступу :<http://infotour.in.ua/kruchek.htm>.
19. Сафарі АлиаскерТуризм в давніх культурах // Культура народів Причорномор'я. – 2012. - №239. – С.90-92. [елек-тронний ресурс]. – режим доступу : <http://infotour.in.ua/kruchek.htm>.

Аннотация

В статье рассматриваются исторические аспекты становления делового туризма в мире от древних времен до XX века. Раскрываются основные этапы его эволюции от зарождения деловых путешествий к утверждению делового туризма как отдельного направления современного туризма.

Ключевые слова: деловой туризм, деловые отношения, деловые поездки, купцы, путешественники, торговый путь, конференции, семинары, выставки, конгрессы, интенсив-туры.

Annotation

The article deals with the historical aspects of the formation of business tourism in the world from ancient times to the twenty-first century. The basic stages of its evolution from the origin to the establishment of business travel business travel as separate areas of modern tourism.

Keywords: business tourism, business relationships, business travel, merchants, travelers, trade routes, conferences, seminars, exhibitions, congresses, intensive tours.