**1 Совершенствование системы обслуживания туристов в начале ХХ века**

**1.1 Совершенствование мировой транспортной системы**

Заметное усиление интереса историков к процессу взаимодействия культур на протяжении последнего столетия во многом обусловлено глобальной задачей поиска путей развития человеческой цивилизации на пороге третьего тысячелетия. При изучении этих явлений особое внимание обращается на ключевые моменты истории, т.е. те периоды, когда в сравнительно короткие сроки благодаря интенсивно протекающим процессам закладываются основы культурного развития, и задается направление на десятилетия и даже на столетия вперед.

Одним из таких ключевых моментов для истории туризма в ХХ веке является бурное развитие традиционных для туризма видов транспорта. Практически во всех индустриально развитых странах продолжается строительство железных дорог. В России, к примеру, общая длина железных дорог к 1913 году составляла более 70 тыс. километров, что выдвигало нашу страну на второе место после США. Основные железные дороги строились в центральных и южных районах Европейской части России. На рубеже XIX-XX вв. была проложена Транссибирская магистраль, протянувшаяся вплоть до Владивостока.

Расширению географии международного туризма способствовало строительство Суэцкого и Панамского каналов. Продолжают совершенствоваться и морские суда. Конкуренция вынуждала судовладельцев постоянно улучшать условия проживания на судне. Более удобными становились каюты, пассажирам гарантировались качественное питание, прекрасное обслуживание, масса развлечений. Все это превращало суда в высококомфортабельные плавучие гостиницы. Строительство морских пассажирских судов шло по пути создания огромных лайнеров. Так, в 1907 г. на воду были спущены трансатлантические лайнеры *«Сириус», «Лузитания», «Мавритания»* водоизмещением по 30 тыс. тонн и скоростью 26 узлов в час. В 1912 г. на воду был спущен печально известный *«Титаник»*, ставший самым гигантским кораблем своего времени. Его водоизмещение составляло 52 тыс. тонн. Путешествие на этих комфортабельных судах было достаточно быстрым, они пересекали океан практически за неделю. Позднее регулярные рейсы стал совершать трансатлантический лайнер *«Куин Мери»*, водоизмещение которого равнялось 80 тыс. тонн, а скорость уже равнялась 30 узлам в час.

Начало ХХ века было ознаменовано развитием принципиально новых видов транспорта, которые оказались более приемлемыми для индустрии туризма. Это, конечно, автомобили и самолеты.

Возникший еще в XIX в. Автобус к 1915 г. стал доступным общественным городским транспортом во многих городах мира. Для автобусов стали использоваться дизельные и бензиновые двигатели мощностью от 200 лошадиных сил и более. Туристские автобусы стали изготавливаться большой вместимости – до 50 человек. Появились автобусные фирмы-гиганты, которые перешли к выпуску высококомфортабельных пассажирских и туристских автобусов. Наряду с автобусом туристы стали использовать автомобили. С этого момента можно говорить о появлении нового вида туризма – автомобильного, который, в свою очередь, способствовал развитию сети дорог и системы придорожных точек быстрого питания. Автотуризм породил немало новшеств на дорогах мира. В 20-е годы появились первые туристские площадки, которые впоследствии превратились в мотели.

Длительная история развития авиационного транспорта к началу ХХ столетия завершается созданием удобных многоместных самолетов, которые начинают использоваться для воздушных перевозок. Регулярные воздушные перевозки впервые появились в Германии. Это был маршрут «Берлин – Лейпциг – Веймар», а перевозчик позднее стали известен как «Lufthansa». Скорость и комфорт сделали авиапутешествия лидирующим видом транспорта в туристских перевозках[2].

**1.2 Развитие гостиничного и ресторанного бизнеса**

Появление новых видов транспорта меняло природу гостиничной индустрии. Развитие железных дорог привело к созданию системы питания на вокзалах, а также привокзальных гостиниц. В Канаде железная дорога *Canadian Pacific* (CP) предоставила своим пассажирам возможность останавливаться в отелях, построенных самой железной дорогой. Аналогичным образом воздушный транспорт явился катализатором развития гостиниц, которые строились в районе аэропортов.

Когда туристы стали осваивать автомобильный транспорт, гостиничный бизнес начал подстраиваться под эти нужды. На автомобильных дорогах также стали возникать гостиницы для автомобилистов – мотели. Первый мотель был построен в Калифорнии архитектором Артуром Хайнеманом в 1925 г. в небольшом городке, расположенном примерно в 200 милях от Лос-Анджелеса. Мотель был спроектирован таким образом, что гости могли подрулить прямо к дверям своих одноэтажных бунгало или гаражу, примыкающему к бунгало. Весь ансамбль из сорока домиков был стилизован под испанскую католическую миссию. Средневековый вид ему придавали башенки, белая колоннада и деревья во внутреннем дворике. Мотель Хайнемана положил начало бурному строительству мотелей по всем дорогам мира.

В начале ХХ века появляются гостиницы, в которых удобства в номерах сочетались с высоким качеством сервиса. Э. Статлером была введена униформа, именно ему принадлежит фраза "Клиент всегда прав".

Развитие автомобильного транспорта привело к появлению системы придорожных пунктов питания. В 1927 г. Дж. Уиллард Мариотт (1900-1985) открыл свою первую придорожную закусочную, в которой проезжающие обслуживались, не выходя из своей машины. Эти заведения получили название *«drive-in»* («заезжай во двор»). Эта системы питания со временем станет неотъемлемой частью американского образа жизни и одним из излюбленных мест для общения.

В условиях усиления конкуренции владельцы гостиниц обращают все большее внимание на удовлетворение потребностей клиентов. Появляются многочисленные новшества, которые делают пребывание в гостиницах более комфортабельным. Немаловажную роль в этом сыграл Эллсворт Статлер (1863-1928), которому принадлежат идеи создания недорогих гостиниц нового типа. Это были первые гостиницы, где в каждом номере были не только отдельная ванна, но и телефон. Удобства в номерах сочетались с высоким сервисом в обслуживании.

Продолжается развитие фешенебельных ресторанов, хотя строительство новых ресторанов в США сдерживалось Великой депрессией 30-х годов[2]. После краха биржи в 1929 г. и Великой депрессии Америка начала приходить в себя лишь к середине 30-х годов, находя утешение в элегантной роскоши обедов «а-ля Фред Астер» ресторана *The Rainbow Room*, открывшегося в 1934 г. Этот шикарный ресторан боролся за возвращение Нью-Йорку репутации столицы богатства и роскоши. В 1937 г. открылся ресторан *Traider Vic’s*. Хотя его идея была заимствована у другого ресторана, известного под названием *Beachcomber* (Океанская волна), он имел большой успех, привлекаю элитную публику своим полинезийским колоритом. Владелец ресторана Вик даже изобрел популярный экзотический коктейль, который назвал «май-тай».

Среди посетителей всемирной ярмарки 1939 г. ресторан *Le Pavillion de France* пользовался такой известностью, что позднее ресторан с таким же названием открылся в Нью-Йорке. К концу 30-х годов каждый крупный город имел свой шикарный ночной клуб[3].

В целом следует отметить, что система гостеприимства достаточно быстро реагировала на меняющиеся условия рынка. Во время спада деловой активности в 30-е годы многие предприниматели перешли на новые виды обслуживания посетителей. Так, владелец небольшого ресторана Дельмонико стал специализироваться на приготовлении завтраков и обедов для фирм. Он обслуживал различные мероприятия от званых обедов, ужинов до свадебных церемоний.

Особое значение в ресторанном и гостиничном бизнесе имело создание своеобразных ресторанных и гостиничных цепей. Под цепями в гостиничном или ресторанном бизнесе стали понимать группу предприятий, которые осуществляют коллективный бизнес и находятся под непосредственным контролем руководства цепью. Именно в это время появляется новая система хозяйствования – *франчайзинг*. Это форма аренды, когда покупающий у компании лицензию подписывает контракт на самостоятельное управление частью его собственности в соответствии с условиями, оговорёнными держателем лицензии. Среди старейших гостиничных цепей можно упомянуть *«Hilton»*, который был основан в 1927 г. Конрадом Хилтоном. К настоящему времени «Hilton» представляет собой огромную корпорацию со штаб-квартирой в Беверли-Хилз (Калифорния, США), которая, в свою очередь, состоит из нескольких цепей, имеющих собственные стандарты обслуживания. Вторая крупнейшая гостиничная цепь мира - *«Holiday Inn»* была основана в 1952 г. Кеммонсом Уилсоном. Создавались цепи и в ресторанном бизнесе. Это знаменитые ныне *«McDonald’s», «Burger King», «Pizza Hut»* и др. История компании «Pizza Hut», к примеру, началась летом 1958 г., когда два студента колледжа Дан и Фрэнк Карней из штата Канзас, США, открыли первый ресторан под таким названием. С 1971 г. «Pizza Hut» стала самой крупной ресторанной цепью в мире и по количеству ресторанов, и по количеству продаж. С 1977 г. новым владельцем цепи становится *«PepsiCo Inc.».* В целом создание цепей открывало перед туристским бизнесом новые возможности и позволяло продвигать на мировом туристском рынке более высокие стандарты обслуживания [2].

**2 Туризм в первой половине ХХ века**

**2.1 Новые концепции туризма**

Происходящие изменения в европейском обществе и его культуре приводят к трансформации видов туризма и направлений деятельности туристских фирм. При этом меняется сам характер туризма. Элитарный туризм, доступный только ограниченной группе людей, уступает место массовому туризму. К туристской деятельности приобщаются представители формирующегося среднего класса, а затем и широкие слои городского населения в целом.

На рубеже XIX-XX вв. туристский бизнес освоил два основных направления туристического рынка – элитарный туризм для представителей высших слоев общества и туризм интеллигенции, поездки которой были обусловлены главным образом культурно-образовательными целями. Становление и развитие значительных слоев городского населения привело к формированию концепции туризма как рекреационной деятельности, связанной с восстановлением «жизненных сил» и оздоровлением. К существовавшим у состоятельных людей традициям отдыха на дорогих, престижных курортах добавляются новые виды рекреации. Популярным становится дачный отдых среди разбогатевших представителей среднего класса, а также экскурсии на природу, которые становятся доступными для более широкого круга людей.

Это способствует развитию туристского движения, целью которого является отдых на природе. Стремление привлечь как можно больше людей к этому виду туризма поддерживается различными общественными и государственными организациями. В 1895 г. в столице Австрии был основан видным деятелем социал-демократического движения Карлом Реннером (1870-1950) один из самых массовых в то время туристских союзов – союз *«Друзья природы».* Цели этого союза, который организовывал походы, познавательные экскурсии «выходного дня», пикники на природе, перекликались с задачами рабочего движения, которое набирало силу по всей Европе. Именно отсюда берет начало традиция рабочих «маевок», которая со временем органично вошла в социалистическое движение.

С начала ХХ в. движение «Друзей природы» распространяется на другие страны, такие, как Германия, Швейцария, Франция, Бельгия, Голландия, а также страны Восточной Европы. Среди рабочих распространяется новый стиль жизни, связанный с пропагандой здорового образа жизни.

Входит в моду активный туризм, связанный не только с походами и экскурсиями на природу, но и с развитием различных видов спорта. Еще с середины XIX в. в ряде стран Европы возникают спортивные туристские клубы и общества, к началу ХХ в. к этой деятельности подключаются молодежное движение *«Перелетные птицы»*, цель деятельности которого – привлечение к активным видам туризма, которые понимаются как средство физической закалки и самоутверждения в духе определенных нравственных принципов. Члены этого общества увлекались длительными пешеходными походами с познавательными целями изучения немецкого фольклора. Им часто приходилось ночевать под открытым небом. В 1910 г. по инициативе этого общества была открыта простейшая и дешевая молодежная ночлежка – *хостел,* которая получила большое распространение в европейских странах и к 1930 г. в Англии была создана первая Ассоциация хостелов – *The International Youth Hostal Federation* (IYHF).

Эта тенденция развития массового туризма находит поддержку у представителей туристского бизнеса. Общеизвестна роль швейцарского предпринимателя Готлиба Дуттвайлера, который в 1935 г. создает фирму *«Отельплан»*, в основе деятельности которой лежит ориентация на распространение и продвижение туристских услуг в самые широкие слои городского населения. Эта концепция вовлечения в туризм «маленького человека» оказала существенную помощь в восстановлении гостиничного и туристского бизнеса, который пришел в упадок после первой мировой войны и последовавшей за ней экономической депрессией 30-х годов [2].

**2.2 Причины сдерживания развития туризма**

Главными причинами, препятствующими становлению массового туризма в мире начала XX века были бедность большинства населения и отсутствие оплачиваемых отпусков. Подобное положение вызывало протест у трудящихся, которые постепенно добивались от работодателей все улучшающихся условий для отдыха [4].

Начало ХХ века было означено началом кризисных процессов в европейском обществе. Их проявления охватывали все десятилетие до 1914 года и являлись предвестниками разразившейся первой мировой войны. Послевоенная Европа также не освободилась от политической нестабильности, которая была связана с возникновением в 1917 г. Советской России и в 1933 г. – фашистской Германии. Мир становится полярным. Из географии туризма выпадают страны с нестабильной политической ситуацией.

Развитие «народного туризма» в этот период становится целью деятельности в Германии, к власти в которой приходит национал-социализм. Развитие туризма берется под государственную опеку. В 1933 г. был основан имперский комитет по туризму, который подчинялся министру народного просвещения и пропаганды. В стране создается специальная организация *«Сила через радость»*, которая направляет массовый туризм в русло пропаганды идей национал-социалистов. При такой поддержке со стороны германского государства число туристских поездок увеличивается с 2,3 млн. в 1934 г. до 10,3 млн. в 1938 г. Немецкие туристы активно осваивают основные центра туризма. Вместе с тем подобный бум порождает и негативные моменты. Появляется новая форма политического туризма, когда под видом туризма ведется разведывательная и подрывная работа. Немецкие «альпинисты-туристы», к примеру, побывавшие не Кавказе до второй мировой войны, вывезли ре только массу впечатлений о красотах этого края, но и карты важнейших стратегических районов. Следовательно, туризм становится каналом сбора информации разведывательного характера, что усиливает недоверие и конфронтацию между странами.

Все это происходит на фоне усиливающегося экономического кризиса и последовавшей за ним Великой депрессии 30-х годов, которые охватили практически все развитые страны мира. Эти процессы привели к резкому сокращению, во-первых, финансовых возможностей различных слоев населения для осуществления туристских поездок, во-вторых, следствием этого явился кризис в системе гостеприимства. В это время многие владельцы городских отелей не смогли выполнить свои обязательства перед банками, надолго отбив у них охоту ссужать деньги под строительство гостиниц [2].

**2.3 Начало создания международных туристских организаций**

Несмотря на выявленные негативные факторы, развитие туризма продолжается. Становление массового туризма сочетается с развитием международного туризма. После первой мировой войны заметно расширяется география туристских потоков. Если в предшествующий период основными центрами туризма в Европе были главным образом Италия и Швейцария, то к этому времени практически все страны Европы осознали выгодность туристского бизнеса и принимают у себя туристов из других стран. Немаловажную роль в росте объемов международного туризма играли и США, которые начинают активизироваться на мировой арене.

Большую роль в развитии международных контекстов в сфере туризма играло *Российское общество туристов* (РОТ). Члены этого Общества еще в 1899 г. принимали участие в Люксембургском международном конгрессе туризма, на котором РОТ вступает в *Международную Лигу Туристских Обществ*. Эта Международная лига была создана в 1898 г. с целью координации политики в туристском деле. Одной из главных задач Лиги было содействие развитию туризма на международной арене. Лига также оказывала помощь национальным туристским обществам по внедрению позитивного опыта, накопленного в мире.

Развитию международного сотрудничества в туризме способствовала деятельность уже упоминавшегося туристского общества «Друзья природы». В скором времени первые кружки этого общества стали появляться и активно функционировать за пределами Австро-Венгрии. Распространение подобных туристских организаций в различных странах вызвало необходимость создания в Вене в 1908 г. *Международного центра туризма*.

Положение, складывающееся в туризме, не устраивало представителей крупного туристского и гостиничного бизнеса. Знаменательным в этом отношении является первый *Конгресс международного союза официальных организаций по пропаганде туризма*, который состоялся в 1925 г. в городе Гаага. Представители 14 европейских стран, осознавая необходимость объединения усилий для развития туризма, стремились выработать определенные международные соглашения.

Объединительные тенденции были сильны в рамках общественных организаций, связанных с развитием туризма. В 1936 г. по инициативе ряда профсоюзных организаций была создана *Международная конференция свободных профсоюзов* с целью создания условий, способствующих участию в международном туризме широких слоев населения. Позднее на ее базе возникло *Международное бюро социального туризма*, в составе которого 11 международных и 90 национальных туристских организаций из 30 стран мира.

С развитием индустрии туризма и гостеприимства остро встал вопрос системы профессионального образования. Инициатором в этом стала Швейцария. В 1893 году в Лозанне открывается первая школа по подготовке специалистов индустрии гостеприимства – *Школа гостиничного менеджмента*. К началу ХХ века количество таких школ возрастает. Непосредственное формирование системы профессионального образования в сфере туризма состоялось только после Второй мировой войны, когда стали создаваться учебные и научно-исследовательские национальные учреждения. Начало этому процессу положило открытие Международной академии туризма в Монако в 1951 году.

Следовательно, в начале ХХ века формируются два основных направления развития туризма. Это *коммерческий туризм*, организаторами которого являются туристские фирмы и бюро путешествий, делавшие бизнес на потребности, и *общественное движение* с целью использования туризма для воспитания необходимых социальных качеств, которое поддерживалось различными добровольными общественными клубами и организациями [2].