

TOURISM

**ПОЄДНАННЯ СОЦІАЛЬНИХ І КОМУНІКАТИВНИХ
ФУНКЦІЙ В РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМ ОСВІТНЬОГО
ТУРИЗМУ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТНИХ
ПЕРЕВАГ****Джинджоян В.В.**

к.е.н., доцент

завідувач кафедри економіки та менеджменту туристичної діяльності
Дніпровський гуманітарний університет

Туризм по праву вважається глобальним соціально-економічним явищем сучасного світу. У практичному плані індустрія туризму, використавши очевидні, що лежать на поверхні резерви розвитку, потребує нового імпульсу, в пошуку нових технологій для обґрунтування своїх позицій в конкурентній боротьбі. Український туризм, формуючи власний шлях, потребує узагальнення накопиченого досвіду. Для багатьох держав саме туризм, будучи джерелом значних валютних надходжень, займає провідні позиції у формуванні валового внутрішнього продукту. Наприклад, частка доходів від туризму в ВВП з урахуванням мультиплікативного ефекту на Мальті становить 19,3%, на Кіпрі – 16, в Греції – 15,5, в Іспанії – 15,3, в Австрії – 12,5, у Великобританії і Франції – по 9,7, в Італії – 9,3, в Україні – 6,5% [1, с. 48].

Нові технології в туризмі характеризуються введенням на ринок вдосконалених послуг інтелектуальної діяльності людини, що володіють новими споживчими якостями, які з часом стануть об'єктом для нового вдосконалення. Метою інновації в туризмі є підвищення задоволеності клієнтів як одного з факторів підвищення їх якості життя в цілому. У сучасному світі переважають подорожі з освітнім ухилом. В даний час через свідомість людини проходить величезний потік різноманітних знань. Від пересичення різним інформаційним потоком отримані знання поступово забуваються і губляться. Попри це знання, отримані в процесі подорожей, практично назавжди залишаються в нашій пам'яті. Це пов'язано з тим, що позитивні емоції змушують людину переживати даний період знову і знову. Таким чином, освітні подорожі можуть стимулювати суспільство до подальшого розвитку.

Можливість вдосконалюватися, здобувати освіту за кордоном, пізнавати світ – зробили туризм одним з неформальних видів освіти. Під освітнім туризмом розуміються туристські поїздки, екскурсії з метою освіти, задоволення до пітливості і інших пізнавальних інтересів. Даний вид туризму сприяє формуванню освітньої мобільності, навичок само освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дав змогу встановити, що освітній туризм – явище досить поширене, хоча ще десятиліття тому такий вид

відпочинку розглядали всі. Однак останнім часом популярність «корисного відпочинку» істотно зростає. За даними Всесвітньої Молодіжної, Студентською та Освітньої Туристичної Конфедерації (WYSTC), за останні п'ять років загальна кількість студентів, готових поєднати пригоди і відпочинок з освітою. В Україні ці показники також зростають, і, ймовірно, дуже скоро зрівняються з загальносвітовими показниками, проте відмінності в розвитку напрямку присутні. Розвитку в Україні напрямків вільного відпочинку і корисних подорожей на світовому рівні перешкоджає складність процедур отримання візи для в'їзду в багато країн світу. Цей трудомісткий процес з часто непередбачуваним результатом геть відбиває бажання подорожувати без попередньої підготовки, і в результаті більше 97% освітніх поїздок за кордон здійснюються згідно заздалегідь наміченим планом [2, с. 33].

Тим часом, сьогодні в Україні ведеться активна робота для зміцнення освітнього туризму, наближення його до загальносвітових стандартів. Зокрема, Українська Туристська Асоціація (УТА) за освітніми поїздками і дитячим туризмом веде переговори з дипломатичними представництвами різних країн для спрощення візового режиму, займається інформуванням українських туристів про їхні права та можливості і т.д. Слід зазначити, що сфера освітнього туризму охоплює всі види навчання і освіти, які здійснюються поза постійного місця проживання. До основних видів освітніх (навчальних) туристичних поїздок можна віднести наступні: мовно-навчальні, спортивно-навчальні, професійне навчання.

Мовно-навчальні тури – найбільш популярний різновид освітніх турів, які користуються великою популярністю не тільки серед українців різної вікової категорії, а й серед молоді та осіб середнього віку різних країн [3]. Вікові рамки споживачів навчальних мовних курсів досить широкі: починаючи від дітей п'ятирічного віку до осіб пенсійного віку. Навчальні мовні тури організовуються, в першу чергу, в країни-носії мови (Великобританію, США, Францію, Іспанію, Німеччину, Італію, Португалію, Швейцарію). Найбільш популярний – англійська – мова вивчається також в Ірландії, на Мальті. Деякі країни, наприклад Швейцарія, пропонують дорогі, але затребувані освітні програми, що передбачають навчання одному з трьох основних європейських мов (англійської, німецької чи французької – швейцарці є безпосередніми носіями двох останніх мов) і заняття багатьма видами спорту. В основних країнах, що приймають студентів з метою вивчення іноземної мови (Великобританія, США, Канада, Австралія, Нова Зеландія, ПАР, Республіка Мальта), кількість студентів, які приїхали вчити іноземну мову, в 2017 р. склало 1345589 осіб, що на 5,8 % більше, ніж в 2016 році, коли таких студентів було 1271635 чоловік. У 2018 році цей показник збільшився на 11,8% і досяг 1504667 осіб [4].

Ринок освітнього туризму в Україні до 2015 р. мав позитивну тенденцію, обсяги продажів освітніх агентств росли. Однак в 2015 р., як вказали агентства, вони скоротилися на 12% в порівнянні з 2014 р, що було викликано девальвацією гривни. Проте, в 2019 р позиції ринку освітнього туризму в Україні зміцнилися і зросли на 31,0% по відношенню до 2015 р.

З 2016 року зростання обсягу продажів окремих освітніх агентств досяг 146% в рік, а середній показник склав 31% [5]. При кількості студентів, відправлених на навчання окремими агентствами від 9 до 1200 чоловік, середня тривалість перебування освітніх туристів в країні вивчення мови досягла восьми тижнів, тим самим позитивно позначившись на фінансових результатах українських освітніх агентств. На сьогоднішній день на українському ринку освітнього туризму працює велика кількість туроператорів, що пропонують навчальні програми за кордоном, спектр їх пропозицій – від короткострокових мовних курсів до навчання у кращих університетах світу [6]. Більшість цих фірм давно спеціалізуються на даному турпродукті, і, як правило, в першу чергу пропонують індивідуальний підхід, що не дешево.

У той же час, великі туроператорські компанії, що мають велику агентську мережу і спеціалізуються на масовій відправці туристів на відпочинок, все частіше включають в свої каталоги освітні тури, в тому числі і групові. Такі групові поїздки обходяться дешевше індивідуальних програм, але і якість їх може сильно відрізнятись. Загальна ситуація на цьому напрямку українського туристичного ринку в цілому оцінюється як стабільна. Попит на дані послуги повільно і плавно зростає. Прогнози майбутнього освітнього туризму в Україні виглядають оптимістично. Більшість агентств прогнозують, що в 2020 р. туристський бізнес буде розширюватися після скорочення в 2015 році, особливо по академічних програмах та спеціалізованими напрямками (бізнес, менеджмент тощо) [7, с. 74].

Незважаючи на те, що на діяльність українського освітнього туризму дуже сильно впливає візовий режим країн по відношенню до України, ринок освітнього туризму дуже активно реагує на зміни цього режиму і пристосовується до них, відкриваючи для туристів нові країни і створюючи нові можливості для вивчення іноземних мов за кордоном.

Так, наприклад, жорсткість візового режиму Великобританії зумовило зменшення кількості освітніх туристів. Прогноз розвитку українського ринку освітнього туризму в сегменті німецької мови передбачає, що позиції невеликих країн, в тому числі Австрії, будуть продовжувати посилюватися у міру розвитку цих країн.

Однак, розглядаючи стан освітнього туризму в країнах Шенгенської угоди, необхідно сказати і про проблеми в розвитку даного виду туризму [8]. Першою є висока ціна. Вона зумовила те, що освітній туризм доступний певної категорії населення (особливо в Україні).

Незважаючи на те, що освіта за кордоном вважається престижною, існують нюанси, які говорять не на її користь і можуть гальмувати розвиток. Наприклад, в Іспанії і в Італії університети дуже переповнені, що не сприяє підвищенню ефективності навчального процесу, а університетські програми теоретичного спрямування практично відсутні. У Франції невисока інтенсивність навчання в університетах, особливо на першому циклі. У деяких країнах існує складність для вступу до університетів та інститутів. Наприклад, в Німеччині бюрократична і дуже складна процедура вступу до університетів для іноземців.

Даючи прогнози розвитку освітнього туризму можна помітити, що, незважаючи на проблеми, існують чинники, які сприятимуть його розвитку. По-перше: добробут людей в розвинених країнах збільшується. І незабаром даний вид туризму стане доступний для всіх людей. По-друге: змінюється менталітет людей, особливо в Україні. Спостерігається зростання інтересу молодих людей до освіти. Здобуття вищої освіти стає не тільки престижним, але й необхідним, тому що все більше людей цікавлять професії, пов'язані з інтелектуальною, розумовою працею, зростає інтерес до культур зарубіжних країн. Люди стали більш цілеспрямовані, а для кар'єрного росту необхідні знання та досвід роботи в певній сфері.

Список літератури

1. Соціальний концепт суспільних та економічних процесів національного розвитку [Текст]: Колективна монографія [Безтелесна Л.І., Сазонець І.Л. та ін.], за науковою редакцією Безтелесної Л.І. / Рівне: Волин. обереги, 2015. – 184 с.

2. Ястремська О.М. Якість трудового життя: оцінювання та підвищення: монографія / О.М. Ястремська, О.В. Стаматін, О.О. Ястремська. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2015. – 224 с.

3. Джинджоян В.В. Реалізація туристичних програм у сфері освіти, медицини, природоохорони / В.В. Джинджоян // Економіка та держава. – 2020. – № 1. – С. 50-53.

4. Тарасюк Г.М. Розвиток вітчизняного туризму в контексті світових туристичних тенденцій / Г.М. Тарасюк, О.В. Мілінчук // Науковий вісник Ужгород. націон. ун-ту. Сер.: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – № 7. Ч. 3 – 166 с. – С. 127-131.

5. Сазонець І.Л., Тадеєва Н.В. Національні моделі соціального партнерства та їх вплив на розвиток сумлінної ділової практики // Бізнес Інформ. – 2016. – № 10. – С. 21-26.

6. Стоян К.С. Сутність та концептуальні підходи до формування механізму управління підприємствами з надання послуг міжнародного туризму / І.Л. Сазонець, К.С. Стоян // [Електронний ресурс] Ефективна економіка. – 2013. – № 8. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3477>

7. Сазонець О.М., Саричев В.І. Міжнародні організації в управлінні людським розвитком: глобалізаційний вимір. – Д.: Нова ідеологія, 2012. – 252 с.

8. Сардак С.Е. Маркетинг : навч. посіб. / С.Е. Сардак, В.В. Джинджоян. – Дніпро: ДГУ, 2018. – 242 с.