

М. С. Ганкіна,
аспірант кафедри міжнародної економіки,
Національний університет водного господарства та природокористування, м. Ровно

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНА ФУНКЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ РОЗВИТКУ ПРОГРАМ МІЖНАРОДНОГО ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ

М. Gankina,
postgraduate, National University of Water Management and Nature, Rovno

SOCIAL-COMMUNICATIVE FUNCTION OF TOURISM ENTERPRISES BASED
ON THE DEVELOPMENT PROGRAMS OF INTERNATIONAL EDUCATIONAL TOURISM

У статті розглянуто головні проблеми та перспективи розвитку освітнього туризму, його зміст та цілі. Проаналізовані особливості розвитку ринку послуг освітнього туризму та сучасні тенденції. Також досліджено значення розвитку освітнього туризму для особистості.

The article considers the main problems and prospects of educational tourism, its concepts. In the article analyses peculiarities of development of the market of educational services tourism and modern trends. Also consider the importance of educational tourism for individuals.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, туристична послуга, освітній туризм, соціально-комунікативна функція, комунікативний потенціал туризму, програми міжнародного освітнього туризму, класифікація видів туризму, функції туризму.

Key words: tourism, international tourism, tourist service, educational tourism, socio-communicative function, communicative potential tourism, programs of international educational tourism, clas-sification of types of tourism, function of tourism.

Туристична сфера діяльності має культурні, соціальні та економічні аспекти та охоплює сукупність різних видів послуг, необхідних для задоволення потреб споживачів. Саме туризм нині, характеризується як одна з найбільш прибуткових галузей сучасного світового господарства. Так, згідно з твердженням деяких авторів, на туристичну галузь припадає 10% світового валового продукту та більше 1/3 світової торгівлі послугами, 7% інвестицій. Але туризм прямо або опосередковано впливає не лише на економіку, але і на соціальну політику, культуру, традиції, спосіб життя, здоров'я нації тощо. Тобто, туризм виступає ще й потужним інструментом взаємодії людей, який, в результаті, впливає й на людські світоглядні, ціннісні, моральні якості людей [4, с. 93].

Такий різновид туризму, як освітній туризм, нині є досить перспективним напрямом міжнародного культурного обміну. Цей напрям у сфері туристичних послуг, в останні роки стрімко набирає оберти. Зростання популярності освітнього туризму пов'язано з тим, що на сучасному етапі в суспільній свідомості відбуваються істотні зміни в розумінні глобальних процесів, що забезпечують прогресивний розвиток суспільства.

Освітній туризм — це подорожі з метою отримання освіти. Найбільш розповсюдженими є подорожі у високорозвинені європейські країни з метою удосконалення мовних навичок, отримання бізнес-освіти, вивчення спеціальних дисциплін. Слід зазначити, що точного визначення цього виду туризму не існує. Дослідники трактують цей термін по-різному [1, с. 94]. Деякі вчені вва-

жають, що будь-яку туристичну подорож можна вважати освітньою, якщо в ній передбачена екскурсія. На нашу думку, це не зовсім правильно. Ми вважаємо, що до освітнього туризму слід відносити подорожі, головною метою або мотивацією яких є підвищення освітнього рівня та отримання нових знань.

Також слід відзначити, що саме освітній туризм найбільшою мірою сприяє прояву етнічної самобутності й індивідуальності людини, впливаючи на більшу частину сфер людської діяльності. Освітній туризм є ідеальним полем для вивчення сутності культурного відтворення. Освітній туризм у деякому сенсі можна охарактеризувати як процес ознайомлення з "чужою" культурою і її осмислення. У результаті цих процедур людина формує власні погляди щодо іншого й на цій основі розвиває, розширює коло своїх пізнавальних інтересів відносно історико-культурних традицій, звичаїв, поведінки народів інших місцевостей, етносів і національностей — усього того, що дозволяє формувати культурну компетентність учасника туристичного процесу [2].

В освітньому туризмі також втілюється соціально-комунікативна функція. Комунікативна функція освітнього туризму проявляється шляхом поширення світогляду учасників подорожі, набуття конкретних знань про університети та освітні заклади країн Європи, побудову системи освіти, її відмінність від системи освіти України, підготовки до навчання в іноземній державі (якщо такий вибір буде зроблено). Соціальна функція освітньої туристичної подорожі реалізується у формі набуття нових професійних знань, навичок, вдосконалення іноземної мови під керівництвом досвідчених викладачів та носіїв мови, перспективи отримання конкурентоспроможної освіти в майбутньому та в цілому інтеграції молоді людини європейських стандартів та норм поведінки та до європейської спільноти. Водночас на сьогодні концепція технології освітнього туризму ґрунтуються на цінностях відкритого простору (освітньої мобільності, культурній грамотності, індивідуальній історії) і є відповіддю на виклики нашого часу [3, с. 38].

Таким чином, соціально-комунікативна функція туризму визначається як можливість учасників подорожі спілкуватися один з одним у неформальних обставинах без виробничої субординації, врахування соціального стану, віку, національності, громадянства і інших ознак, що вказують на відмінності людей. З точки зору туристського сприйняття, знайомство з районом подорожі — це не стільки огляд певної території, природних і історико-культурних пам'яток, скільки знайомство з новими людьми, враження від спілкування з ними [5].

Саме дослідження специфіки освітнього туристичного продукту, що несе в собі вагомий соціально-комунікативний потенціал, і організація освітніх подорожей, вимагають від експертів туристичного бізнесу професіоналізму, глибоких знань туристських ресурсів, організаційно-правових особливостей мандрівок, психології і мотивації клієнта. Створення освітнього туристичного продукту базується на фундаментальному дослідженні потреб ринку освітніх послуг, починається його реалізація з прийняття рішення створити тур, а закінчується — просуванням кінцевого продукту на ринку та наступними продажами.

Стосовно основних характеристик туристсько-освітньої діяльності, деякі автори до них відносять наступні: системність, науковість, відтворюваність, ефективність, якість і вмотивованість навчання, новизна, інформаційність, можливість тиражування, перенесення в нові умови та інше. Отже, туристсько-освітня діяльність реалізує три основні функції [6, с. 96]:

1. Описова функція — детермінує істотні аспекти практичної реалізації навчального процесу в межах освітньої подорожі. Вона дозволяє різним фахівцям дати однаковий опис цього процесу, користуючись відповідним інструментарієм.

2. Пояснювальна функція — дозволяє виявити ефективність різних складових навчання (наприклад, ефективність різних методів) і визначити їх оптимальні комбінації під час організації й проведення турів.

3. Проективна функція — здійснюється при описі навчального процесу на всіх рівнях, включаючи рівень реалізації. Так, освітній туризм організовується в нових формах і повинен урахувувати комплекс сучасних освітніх завдань.

Основною метою освітнього туризму є одержання освіти за кордоном. Звичайно реалізуються поїздки в розвинені країни з метою вдосконалення мови, одержання бізнес-освіти, вивчення спеціальних дисциплін. На сьогодні у науковій літературі виділяється кілька видів освітнього туризму [1, с. 95]:

— екскурсійно-ознайомлювальні подорожі різними містами, природними зонами і країнами;

— навчальні поїздки з метою вивчення іноземної мови або тих чи інших загальноосвітніх та спеціальних предметів;

— ознайомлювальні поїздки в установи, організації й на підприємства;

— наукові й навчальні стажування в установах, організаціях і на підприємствах;

— участь у семінарах, конференціях, з'їздах, конгресах, майстер-класах, мета яких — обмін досвідом і одержання нової професійно важливої інформації.

До головних етапів реалізації освітнього туристичного продукту слід віднести такі [4, с. 95]:

— вивчення попиту на освітньому туристичному ринку;

— посилення зв'язків з інститутами — партнерами, які будуть залучені в туристичній програмі;

— визначення контингенту учасників освітнього туру;

— визначення базових умов освітнього туру;

— розрахунок розцінки і встановлення ціни освітнього туру;

— конкретні напрями запровадження освітнього туру та просування його на ринку.

Отже, слід підкреслити, що завдяки функціям освітнього туризму, його меті, та його основним перевагам, багато дослідників відносять освітні тури до числа провідних і найбільш перспективних різновидностей туризму, специфічні особливості яких проявляються в особливому характері попиту. Попит народжує пропозицію, тому туристичні фірми пропонують значний перелік можливих програм відпочинку, у яких поєднуються відпочинок і навчання.

За даними Всесвітньої молодіжної, Студентської та Освітньої туристичної конфедерації, за останні п'ять років загальна кількість студентів, готових поєднати відпочинок з користю для власного розвитку, зросла на 40%. В Україні ці показники також зростають. Відповідно до статистичних даних, більшість молодих людей у світі схилиються у бік "корисного відпочинку" та вільного стилю мандрювання. Більше ніж 85% мандрівників відмовляються називати себе туристами та шукають у поїздках не стандартних туристичних розваг, а можливість побачити ту чи іншу країну або регіон очима місцевих мешканців, відчути на собі нові соціальні та культурні умови, набуті необхідних знань та навичок, а також поєднати відпочинок з вивченням або підтриманням на відповідному рівні іноземної мови. Вік 57% таких мандрівників становить 20—25 років, але за останні роки, з 2003 р. до 2011 р., такий "корисний туризм" стає популярним й серед людей від 25 до 35 років, їхня кількість зросла з 24% до 32% [3, с. 41].

Дослідники туристичної поведінки людини також виявили за останні роки очевидну тенденцію до відпочинку, пов'язаного з пізнанням, спілкуванням, самоствердженням. Швейцарський дослідник Й. Криппендорф відзначає очевидну трансформацію туристичних мотивів за останні 20 років, а саме: посилення тенденцій до активного відпочинку, включаючи спорт і хобі; зниження потреби до пасивного відпочинку; посилення до соціальних контактів [1, с. 38].

Стосовно розвитку освітнього туризму в сучасній Україні, відзначимо, що цей напрям туризму набуває все більшої популярності з кожним роком, адже він відкриває для його учасників нові можливості для саморозвитку та самореалізації. Навіть під час економічних криз і соціальної нестабільності освітній туризм не втрачає своїх позицій, та навіть посилює їх. Люди використовують вимушені перерви у своїй роботі для набуття нових знань і досвіду, які б допомогли їм по-новому позиціонувати себе у суспільстві, змінити свій погляд на життя чи навіть змінити вид професійної діяльності.

Так, наприклад, аналізуючи діяльність української агенції "АллаТур" (м. Дніпро), слід відзначити, що попит на освітні тури серед молоді України значно збільшився, у 2015 р. у порівнянні з доходами агенції у 2014 р. за рахунок впровадження послуг освітнього туризму (з 309 тис. грн. до 347 тис. грн.). Згідно зі звітністю ТА "АллаТур" найбільш популярними серед української молоді є освітні тури до Польщі та Ірландії. Саме цей вид туризму користується великою популярністю, адже в час стрімкого розвитку освіти більшість молодих людей в світі схилиються у бік так званого "корисного відпочинку" і вільного стилю подорожі. На цьому етапі вже більше 85% мандрівників відмовляються називати себе туристами і шукають в поїздках не тих стандартних туристичних розваг та екскурсійних маршрутів, що пропонує туроператор, а можливість побачити країну зсередини, очима місцевих жителів, відчути на собі нові соціальні і культурні умови, а також поєднати відпочинок з вивченням або підтриманням існуючого рівня іноземної мови. До цього відсотку любителів "корисного відпочинку" відносяться не тільки дорослі люди, а ще й студенти та школярі, які піклуються про своє майбутнє, хочуть розвиватися, навчатися та отримати гідну закордонну першу чи другу вищу освіту.

У туристичній агенції "АллаТур" поки що є тільки два напрямки освітніх турів: навчальні подорожі з метою дослідження іноземної мови в Ірландії та ознайомчі подорожі в установи, організації та компанії Польщі, адже цей напрям досі знаходиться на стадії становлення та розвитку. Турпоїздки по дослідженню закордонних мов мають попит серед клієнтів "АллаТур" розраховані в основному на підлітків 10—17 років, тривалістю в середньому від 7 до 14 днів. Наприклад, вартість освітнього туру до Польщі на 5 днів коштує 297 євро, до Ірландії тривалістю 2 тижні — коштує 2000 євро. У вартість туру входить проживання, трьох разове харчування та зайняття спортом.

Таким чином, підводячи підсумки, відзначимо, що одним з перспективних напрямів розвитку туризму сьогодні в Україні є освітній туризм, в якому безперечно втілюється соціально-комунікативна функція, та існує значний потенціал відносно рентабельності.

Література:

1. Ваганова Е. Образовательный туризм / Е. Ваганова // Турбизнес. — 2007. — № 14. — С. 94—95.
2. Лях В.В. Туризм у контексті міжнетічних та кроскультурних відносин / В.В. Лях // Турбизнес. — 2010. — № 5. — С. 32—37.
3. Петренко Н.В. Освітній туризм в Україні в другій половині XIX — початку XX ст. (уроки минулого та завдання майбутнього) / Н.В. Петренко // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школі. — 2011. — № 7. — С. 37—47.
4. Рындач М.А. Подготовка специалистов для предприятий сферы туризма: анализ современных методов с привлечением зарубежного опыта / М.А. Рындач // Гуманитарні науки. — 2012. — № 2. — С. 91—97.
5. Туристическая деятельность и ее социальные функции в жизни человека // [Электронный ресурс] Деловой туризм Казахстана 2006. — Режим доступа: <http://www.kazatur.narod.ru/mut/7.HTML>
6. Brent R.W. Managing educational tourism / R.W. Brent // Aspects of tourism — L., 2003. № 2. — 156 p.

References:

1. Vaganova, E. (2007), "Educational tourism", The tourist industry. vol. 14. pp. 94—95.
 2. Lyakh, V.V. (2004), "Tourism context meetnig crossculture vanasin", The tourist industry. vol. 10. pp. 32—37.
 3. Petrenko, N. (2011), "Educational tourism in Ukraine in the second half of XIX — early XX century (the lessons of the past and challenges of the future), The pedagogy of formation of creative personality in higher and secondary school. vol. 7, pp. 37—47.
 4. Ryndak, M.A. (2012), "Training of specialists for the enterprises of sphere of tourism: the analysis of modern methods with the assistance of foreign expertise", The Humanities. vol. 2, pp. 91—97.
 5. Temnik, I. A. (2006), "The touristic activity and its social functions in human life", Business tourism of Kazakhstan, [Online], available at: <http://www.kazatur.narod.ru/mut/7.HTML>
 6. Brent, R.W. (2003), "Managing educational tourism", The Aspects of tourism, vol. 2, p. 156.
- Стаття надійшла до редакції 03.05.2017 р.*