

ОСВІТНІЙ ТУРИЗМ У СВІТІ Й В УКРАЇНІ

ТКАЧУК Леоніла Миколаївна,
кандидат географічних наук, доцент,
Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету

Стаття присвячена вивченню феномену освітнього туризму. Розкрито чинники розвитку, проаналізовано географію, виявлено тенденції ринку подорожей з освітньою метою.

Ключові слова: освітній туризм, соціальна мобільність, кампус, польові дослідження, стажування, мовні курси, екскурсійно-ознайомлювальні подорожі, наставник

Актуальність дослідження. Тривалий час міжнародний туризм є однією з найшвидше прогресуючих галузей світового господарства. В ХХІ столітті туризм перетворився ще й на дієвий інструмент пізнання навколишнього світу і міжкультурного діалогу. Прагнення, поєднуючи відпочинок та освіту, розширити власний світогляд, зануривши себе у вир життя в інших країнах і регіонах світу, збільшити свою соціальну мобільність і професійну універсальність стають основною мотивацією нової генерації туристів.

Аналіз досліджень з цієї проблематики. Провідні вітчизняні й іноземні вчені приділяють багато уваги моніторингу кон'юнктури та виявленню актуальних трендів розвитку світового туристичного ринку. Зокрема, тенденції розширення пізнавальної функції туризму та зростання попиту на освітні подорожі наголошуються в працях Любіцевої О.О., Бейдика О.О., Кіфяка В.Ф., Ільїної О.М., Олександрової А.Ю., Квартального В.О., Зоріна І.В. [1] Мотиваційні аспекти освітніх подорожей висвітлені у дослідженнях з андрагогіки, зокрема в працях Колеснікової І.А.[2].

За кордоном основним напрямком досліджень у цій сфері є виявлення технологічних особливостей організації освітніх турів та аналіз тенденції розуміння туризму як специфічної форми освіти. Його розробляють Brent W. Ritchie, Neil Carr, Christopher P. Cooper, якими було запропоновано цікаву колективну монографію «Managing educational tourism» [3], де розкрито різні аспекти взаємодії туристичного бізнесу та освітніх установ, проаналізовано регіональні особливості та обґрунтовано перспективні напрями розвитку освітнього туризму у ХХІ столітті. В Україні таких досліджень досі не проводилося.

Постановка проблеми. Дана стаття є спробою конкретизувати зміст поняття «освітній туризм», виявити особливості його сучасного розвитку, розкрити тенденції ринку освітніх турів у світі й в Україні.

Виклад основного змісту дослідження. Сучасний туризм визначається як суспільне явище, суттю якого є самовдосконалення в процесі освоєння культурного та природного різноманіття під час відпочинку та дозвілля. Ознайомлення з природою, культурною спадщиною і традиціями різних народів під час туристичних подорожей – є важливим чинником забезпечення миру і збереження життя на нашій планеті. Таке розуміння туризму акцентує важливість просвітницько-виховної, екологічної й культурної його функцій та підкреслює його роль у формуванні повноцінної гармонійно розвинутої особистості. Найповніше ці завдання реалізуються в межах освітнього туризму.

Освітній туризм це поїздки, під час яких турист поєднує відпочинок та навчання: відвідує заняття, здійснює екскурсії з метою розширення світогляду, задоволення цікавості і досягнення інших пізнавальних цілей. Відмінною рисою освітнього туризму є те, що він сприяє формуванню соціальної мобільності, професійної універсальності, навичок самоосвіти, стимулює інтелектуальний розвиток. Усесвітньою туристською організацією туризм визначається як «діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях поза межами їхнього звичного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, в будь-яких цілях, окрім здійснення діяльності оплачуваною з джерел в місцях тимчасового перебування». Спираючись на цю дефініцію, можна стверджувати, що сфера освітнього туризму охоплює різні види навчання і освіти, які здійснюються поза постійним місцем проживання і тривають безперервно не більше року. Мотиви освітніх подорожей дуже різноманітні: від бажання з користю для саморозвитку провести вільний час, перебуваючи на відпочинку за межами звичного середовища, до прагнення реалізувати власні пізнавальні інтереси, набутти нових знань та умінь, спеціально переміщуючись для цього у ті країни і регіони, де можна задовольнити ці потреби з максимальною ефективністю.

Розуміння туризму, як неформального виду освіти не є новим, навпаки саме освітні, ознайомчі за своїм змістом, подорожі стали прототипом усіх сучасних турів. Історія освітнього туризму сягає ан-

тичності: подорожей вчених греків і римської аристократії. В середні віки в Європі мандрують школярі, переходячи від одного університетського кампусу до іншого. Починаючи з середини XVI століття, відвідини пам'яток великих цивілізацій стають однією з умов визнання суспільного статусу молоді людини. Ж.Ж. Руссо і Дж. Локк, відомі діячі епохи Просвітництва, наголошували на тому, що подорожі є необхідною складовою навчання і виховання. В тлумачному словнику французької мови того часу слово «турист» означає «той, хто подорожує з цікавості, для самовдосконалення...». У XVIII столітті молоді люди з багатих англійських родин з метою продовження або завершення освіти, ознайомлення з культурою, традиціями, науковими досягненнями інших народів стали здійснювати так звані «гранд-тури», 2-3-річні подорожі до континентальної Європи часто у супроводі наставника. У Російській імперії формування традиції освітніх подорожей пов'язане з ім'ям Петра I, який посилав дворян до Європи на навчання. Але справді популярними ознайомчі тури стають у Росії вже у XIX сторіччі. Зокрема у 1885 р. у Петербурзі було відкрито «Підприємство для суспільних подорожей у всі країни світу» Ліпсона, розгортають свою діяльність «Товариство любителів природознавства» з філіями у Петербурзі, Москві, Казані, Єкатеринбурзі, Тифлісі, «Кримський гірський клуб» в Одесі, «Кавказьке гірське товариство» у П'ятигорську, згодом «Ялтинське екскурсійне бюро Кримсько-Кавказького гірського клубу», які спеціалізуються на організації подорожей та екскурсій з метою пізнання природи та традицій населення різних регіонів Росії та інших країн світу. Створене у 1901 р. Російське товариство туристів метою своєї діяльності визначало використання туризму і екскурсійної діяльності для освіти народу. Ця ідея підтримувалася і на державному рівні. У роки директорства І.І. Бецького в Санкт-Петербурзькому кадетському корпусі з'явився прецедент: медалісти могли три роки подорожувати закордоном за державний кошт. У інструкції для таких студентів зазначалося: «будь-яка подорож повинна мати предметом освіту». Крім поїздок закордон – особливо для майбутніх вчителів – вважалися необхідними і подорожі Росією.

Двадцяте століття привносить в освітній туризм масовість. Після закінчення другої світової війни міждержавні зв'язки в Європі суттєво інтенсифікувалися. Інтеграційні процеси стимулювали міграції і вимагали від європейців більшої соціальної мобільності. Політика ЄС в області освіти, а саме, заохочення вивчення мов країн ЄС, обмін студентами і викладачами, взаємне визнання дипломів і термінів навчання, сприяння співпраці учбових закладів, розвиток дистанційного навчання, а згодом, і створення єдиного європейського освітнього простору (зближення і гармонізація систем освіти країн Європи в межах Болонського процесу) та можливість вільного безвізового руху в межах Шенгенського простору спричинили розширення номенклатури і географії турів, в яких відпочинок поєднувався з освітньою програмою. У Великобританії та за океаном розвиток освітнього туризму набув в цей час форми «польових досліджень», тобто організовувалися подорожі в місця, де туристи могли безпосередньо спостерігати предмет дослідження та отримати необхідні знання та навички з його освоєння. Важливим етапом розвитку таких подорожей стало поєднання академічної програми з пропозицією дешевих засобів розміщення на базі університетських гуртожитків. Такий туристичний продукт став доступнішим, зокрема для пенсіонерів. Заснована у 1975 р. американська компанія Elderhostel, яка вперше запропонувала на ринку освітнього туризму продукт для людей віком від 55 років, нині є одним з найбільших туроператорів цього ринку, представляючи більше 10 тисяч освітніх програм у 100 країнах світу.

Серед найважливіших передумов, що визначають обставини розвитку освітнього туризму нині викремлено наступні.

✓ Лібералізація сфери міжнародних відносин та стиснення географічного простору за рахунок прогресу на транспорті визначають зростання мобільності людей, розкриваючи можливості осягнути природне різноманіття та культурну спадщину людської цивілізації.

✓ Глобалізація світового інформаційного простору сприяє збільшенню обсягів доступної для засвоєння сучасною людиною інформації, створюючи плідне підґрунтя для саморозвитку.

✓ Утвердження англійської мови в якості мови інтернаціонального спілкування дозволило різко збільшити комунікативність сучасної цивілізації. Знання англійської мови нині є необхідною умовою саморозвитку та успішної кар'єри.

✓ Поширення масової культури та уніфікація вимог професійної майстерності відкриває сучасній людині можливості реалізуватися в будь-якій країні світу. Прагнення здобути якнайкращу освіту та постійно розширювати свої знання є особливо актуальним для мешканців країн, що розвиваються та постсоціалістичних держав в світлі політики «відсмоктування мізків», яку проводять розвинуті країни.

✓ Інтенсифікація стилю життя примушує використовувати час максимально раціонально, стимулюючи практику поєднання відпочинку та навчання.

Нині найбільш популярними стали наступні види освітнього туризму:

- ✓ учбові поїздки з метою вивчення іноземної мови, інших загальноосвітніх чи спеціальних предметів;
- ✓ ознайомлювальні поїздки до установ, організацій, підприємств, наукові і учбові стажування;
- ✓ участь в семінарах, конференціях, з'їздах, конгресах, творчих майстернях і майстер-класах, мета яких обмін досвідом і отримання нової професійно важливої інформації;
- ✓ екскурсійно-ознайомлювальні подорожі по різних містах, природних зонах і країнах.

Учбові поїздки є найпоширенішим продуктом на ринку освітнього туризму у всьому світі. Учбові подорожі дуже різноманітні, в основному орієнтовані на підлітків та молодь, їх можна поділити на декілька груп: поїздки до літніх дитячих і молодіжних таборів, короткострокові та довгострокові мовні курси, академічні курси.

Відпочинок у літніх дитячих і молодіжних таборах можна цілком умовно віднести до освітнього туризму, оскільки освоєння якихось знань та навичок не є домінуючою мотивацією. Йдеться про ті табори, програмою перебування в яких, передбачена певна кількість годин викладання англійської мови та/або інших предметів. Розташовані такі табори у популярних курортних регіонах Туреччини, Болгарії, Угорщини, на Мальті та Кіпрі. В елітних дитячих таборах Великобританії («Milfield School», «Lines», «Narrow School Rugby», «Dulwich College»), Швейцарії («TASIS»), Австрії («Village Camp») та США («National Youth Science Camp») пропонується більш широкий набір послуг: різноманітні дослідницькі програми, поглиблене вивчення мови, літератури, мистецькі студії поєднуються з розважальними, спортивними та оздоровчими заходами.

Іншим популярним варіантом «корисного відпочинку» є короткострокові мовні курси тривалістю від двох тижнів. Освітні послуги надаються спеціалізованими учбовими закладами: приватними мовними школами, відповідними відділеннями коледжів та університетів. Зазвичай, такі подорожі приурочені до канікулярних дат, орієнтовані на дітей старшого шкільного віку та молодь, для яких навчальна мотивація є свідомим вибором. При підборі курсу враховується вік, рівень володіння мовою і особисті характеристики клієнта. Існує можливість вибору країни відвідування, учбового закладу, варіантів помешкання: кампус (студентське містечко) або проживання в сім'ї, в якій ніхто не говорить на рідній для студента мові. Довгострокові мовні курси – це курси тривалістю від одного семестру і довше. Такими програмами передбачено більш ґрунтовне вивчення мови зазвичай у країні, де ця мова є рідною. Найчастіше основною мотивацією вибору такого варіанту «відпочинку» є підготовка до вступу у вищі навчальні заклади закордоном. Найвідоміші мовні курси Європи: «Eurocentre Cambridge» (Великобританія), «Study Centre C&L» (Швейцарія), «France Langue» та «ACCORD» (Франція), «DID Deutsche-Institute» (Німеччина).

Ринок мовних програм гетерогенний в першу чергу за цінovими критеріями. Преміум-сегмент ринку формують дорогі літні курси в добре обладнаних спеціалізованих приватних мовних школах Великобританії («Swandean Harrow House School of English», «Brighton International Summer school», «Reed's School Cobham», «EAC Language School Hastings», «Buckswood School Hastings», «Torbay Language Centre», «The Devon School of English»), Франції («Paris Ecoles des Roches Langues», «Institut de Touraine»), Німеччини («Collegium Palatinum Heidelberg»), що мають акредитацію в спеціалізованих міжнародних організаціях та бездоганну репутацію. Як правило, такі школи ретельно дотримують баланс національностей, унеможливаючи спілкування рідною для студента мовою та забезпечують високу якість навчання. Такого роду пропозиції на вітчизняному ринку освітніх подорожей тільки починають з'являтися: школи на співпрацю з новими і неперевіреними партнерами йдуть неохоче, послуги дуже дорогі, продукт орієнтований на вузький ринковий сегмент. Мовні програми середнього цінового діапазону та відносно дешеві продаються у складі масового та індивідуально диверсифікованого туристичного продукту. Це, зазвичай, групові тури переважно до країн Центральної та Південної Європи або в інші регіони масового туризму, «мовна» складова яких забезпечується як спеціалізованими учбовими закладами (школами, мовними відділеннями університетів та коледжів), так і організовується на базі готелів та інших рекреаційних комплексів групою спеціально винятних висококваліфікованих спеціалістів. Прикладом закладів, що надають такі послуги є російській пансіон «Malta Crown» та мовна школа «LAL Malta» на Мальті, «Language Coach Institute» в Німеччині, «Academia International English School» в Австралії, освітні центри, акредитовані в проєкті «Masa Israel» у Ізраїлі, «English School Nicosia» на Кіпрі, «English And More International Learning Centre» в Туреччині, «Sidmouth International School» в Угорщині та інш.

Окрему, нині швидко зростаючу, нішу на ринку освітнього туризму займають поїздки на навчання в школу або університет. Такі подорожі вимагають ретельного планування відповідно до того, як бачить своє майбутнє клієнт, в який інститут збирається поступати, де працювати. Послуги з організації

освіти закордоном цілком об'єктивно відносимо до сфери освітнього туризму, оскільки організаторам доводиться повністю формувати туристичний пакет: збирати необхідні для подачі заяви на навчання та візу документи, отримувати запрошення з учбового закладу, домовлятися про умови розміщення, бронювати авіаквитки, здійснювати розрахунок вартості та оплату освітнього курсу. Бажаючі навчатися за кордоном можуть обирати різні варіанти: отримання середньої освіти у престижних приватних школах та коледжах, навчання в університетах за програмою освітніх рівнів бакалавр і магістр, магістерські програми та програми післядипломної професійної освіти в області ділового адміністрування (МВА).

Окрім учбових поїздок до сфери освітнього туризму відносять наукові і учбові стажування та організацію ознайомлювальних поїздок до установ та підприємств. Учбові та наукові стажування організовуються через відповідні навчальні заклади, центри післядипломної професійної освіти. Закордонним стажуванням на відміну від роботи не оплачується, а їх організація вимагає значних витрат. Зокрема, в сфері туристичного бізнесу цікаві програми стажувань пропонують «International Hotel Management Institute», «Les Roches International School of Hotel Management», «Glion Institute of Higher Education» (Швейцарія), «Estonian School of Hotel and Tourism Management» (Естонія).

Віднесення до сфери освітнього туризму екскурсійно-ознайомлювальних подорожей по різних містах, природних зонах і країнах, відвідування мастер-класів та конференцій обумовлено в першу чергу домінуванням відповідної мотивації та тенденціями розвитку світового та національних туристичних ринків. В умовах жорсткої конкуренції, в контексті розширення географії туристичних подорожей, традиційні екскурсійні тури трансформувалися за рахунок доповнення програми перебування різноманітними курсами, в межах яких, туристам пропонують не просто споглядати, але й поглиблювати свої знання та опанувати певні навички. Подорожуючи Францією, туристи мають змогу опанувати секрети кулінарної майстерності, відвідуючи Італію та Німеччину, поглибити свої знання з історії мистецтв, у Австрії – вдосконалити художню та співочу майстерність, у Швейцарії – відвідати мастер-класи з ландшафтного дизайну, у Великобританії – навчитися їздити верхи, у Швеції та Канаді – набути досвіду раціонального використання енергії та ефективної організації природоохоронної діяльності тощо.

Освітній туризм в усій його різноманітності явище ненове, але усе ще недостатньо масове. Проте, в світлі сучасної динаміки розвитку світової економіки та лібералізації сфери міжнародних відносин популярність «корисного відпочинку» істотно зросла. За даними Всесвітньої молодіжної і студентської освітньої туристичної конфедерації та Всесвітньої туристичної організації за останні п'ять років загальне число туристів готових сумістити пригоди і відпочинок з користю для власного розвитку зросло на 40% і склало 32% від загальної кількості туристів. Все більше саме молодих людей в Україні і світі схилиються у бік «корисного відпочинку» і вільного стилю подорожі. Більше 70% молодих мандрівників відмовляються називати себе туристами і шукають в поїздках не стандартних туристичних розваг уторованими екскурсійними маршрутами, а можливість побачити країну зсередини, очима місцевих жителів, відчувши на собі місцеві соціальні і культурні умови, поглибити свої знання про країну, а також сумістити відпочинок з вивченням або підтримкою існуючого рівня іноземної мови. [6] При цьому, вік 57% таких мандрівників складає 20-25 років. Але за останні п'ять років подорожі, домінуючим мотивом яких є саморозвиток, стають все більш популярними і у людей вікової категорії від 25 до 35 років – з 2002 по 2009 рік їх кількість зросла з 23% до 31% [5]. Одночасно, оскільки в сучасному інтенсивному ритмі життя кожна хвилина на вагу золота, час використовується гранично раціонально, тож поняття розвитку і відпочинку все частіше змішуються. Мандрівники по всьому світу, прагнучи раціонально використовувати час, внести баланс між корисним і приємним, вибирають так званий «корисний відпочинок».

В Європі і світі наймасовішим сегментом ринку освітнього туризму є екскурсійно-пізнавальні подорожі та короткотривалі програми з відвідуванням мастер-класів та організацією «польових досліджень». Згідно TripAdvisor.com серед європейців, що планують "корисний відпочинок", 52 % – вчитимуться кулінарії, 35% – планують займатися спортом, решта – відвідуватимуть мистецькі мастер-класи.

Ринок мовних курсів та академічних програм розвивається стабільно високими темпами, які склали за період 2000 – 2008 рр. в середньому 7% [4]. В 2006 році у всьому світі з метою вивчення іноземних мов закордон з'їздило близько 1 млн. школярів і студентів, середній термін навчання склав чотири тижні. У 2008 році кількість тільки тих, хто вивчав закордоном англійську мову, склала 1,3 млн. чол., а середній термін навчання збільшився до п'яти тижнів. [4] За даними Асоціації організацій з мовного туризму (Association of Language Travel Organizations) обсяги ринку мовних програм оцінюються у 8 млрд. дол.. Головними країнами постачальниками студентів для мовних шкіл у 2008/2009р. бу-

ли Німеччина, Іспанія, Республіка Корея, Японія, Китай та Швейцарія. Найбільш популярними де-стинаціями – країни, де вивчають англійську мову: Великобританія, США, Канада, Мальта, Австралія та Нова Зеландія. Інші іноземні мови активно вивчають у Німеччині, Франції, Італії, Іспанії, Швейцарії та Китаї. Саме Китай має найкращі перспективи в майбутньому, оскільки кількість людей на планеті, що вивчають китайський діалект мандарин, за даними Міністерства освіти КНР, становить біля 100млн. осіб і надалі зростатиме. Для навчання іноземців китайській мові спеціально розроблені програми, що викладаються в Інститутах Конфуція – мережі китайських культурно-освітніх центрів у 54 країнах світу. Найбільшою популярністю вивчення китайської мови користується у жителів Південної Кореї, Японії, інших країн східноазійського регіону, а також, США[4].

На ринку академічних програм за кількістю туристів-студентів, що ідуть навчатися закордон, лідирують країни Азії, в якості приймаючих держав – США та країни Західної Європи. При цьому на ринку освітнього туризму кожна країна має, як правило, свою спеціалізацію. США привертає туристів розмаїттям можливостей в напрямках освіти, якого не може запропонувати жодна інша країна. Для охочих здобути класичну вищу освіту, підходить Німеччина з її мережею старовинних університетів. В іспанських школах витончених мистецтв та університетах на високому рівні викладається архітектура, дизайн, графіка, декор. Пальму першості у цій царині упевнено утримує Барселона. Італійська вища освіта априорі не орієнтована на прагматично-професійну підготовку, тому, збираючись вчитися в Італії, краще вибирати гуманітарні дисципліни. Відмінною рисою французької вищої освіти є відносно невисока плата за навчання, відсутність будь-яких обмежень і у край прості правила прийому, що створює надзвичайно сприятливу для іноземців ситуацію. У швейцарській освіті головне – якість і ґрунтовність. Дозволити собі елітарну швейцарську освіту може далеко не кожен, адже Швейцарія – країна, де можна здобути високоякісну освіту на англійській, німецькій, французькій і італійській мовах в наймальовничішому і спокійнішому куточку Європи.

Що стосується України, то на світовому ринку освітнього туризму наша держава досі виступає реципієнтом освітніх і туристичних послуг. Перспективи полягають у орієнтації на ринки СНД та азіатський країн, що виправдано досвідом підготовки за радянських часів в Україні студентів з держав соціалістичного табору. Експертами освітнього агентства «ДЕС», одного з лідерів вітчизняного ринку освітнього туризму, були оприлюднені переваги українських студентів за 2009 рік та названа кількість тих, що відправилися на навчання закордон: Великобританія – 4820, США – 1716, Австралія – 39, Нова Зеландія – 68. За оцінками експертів криза стала відмінним стимулом для розвитку преміум-сегменту ринку – кількість студентів, що вступають до приватних шкіл і університетів збільшилася на 30%. При цьому, «корисний відпочинок» в нашій країні – прерогатива наймолодших: більше половини таких мандрівників – школярі і іноді супроводжуючі їх батьки, біля 40% – студенти і лише 5% – старші за 25 років. Крім того, часто суміщаючи на практиці вивчення мови за кордоном з туристичним проведенням часу, відпочинок і розваги українцями сприймаються, швидше як додатковий, а не рівнозначний чинник. Таким чином, наші співгромадяни все ще мало знайомі з привабливими можливостями поєднання навчання з різноманітністю додаткових приємних і корисних видів відпочинку отже є перспективи розширення ринку екскурсійно-ознайомлювальних подорожей та спеціальних курсів для всіх вікових сегментів.

Серед основних причин, що гальмують розвиток освітнього туризму на Україні, недостатня інтегрованість в Європейський та світовий освітній простір, вибіркоче визнання українських дипломів в Європі й у світі, низька поінформованість світової спільноти про традиції та перспективи розвитку вітчизняної освіти, слабка матеріально-технічна база більшості ВНЗ та відсутність досвіду організації навчання іноземців, суттєвою проблемою залишається і мовний бар'єр. Середня вартість подорожі у сфері освітнього туризму складає \$1500-2000. Для переважної кількості жителів нашої країни це все же дуже дорого, тому не зважаючи на зростання популярності «корисного відпочинку», обсяги виїзного потоку в цьому сегменті національного туристичного ринку залишаються низькими. Інше важливе питання, що перешкоджає розвитку в Україні освітнього туризму на світовому рівні, це складність процедур отримання візи для в'їзду до багатьох країн світу. Крім того в правовому полі України відсутнє поняття "освітній туризм". В більшості випадків, фірми, які пропонують послуги з організації освіти за кордоном є консалтинговими компаніями і надають консультаційні послуги (по вибору школи, тестуванню рівня володіння мовою тощо), які не є турпродуктом. Формально в таких фірмах вся поїздка – дорога, часом з декількома пересадками, помешкання, освітня і розважально-екскурсійна програма – оформляється самим клієнтом. Проте, реально все робиться за підказки менеджера фірми, отже цей процес є ні чим іншим, як формуванням індивідуального туру. А це є прерогативою туроператорів, які зобов'язані мати відповідну ліцензію та фінансову гарантію. Турист-студент, що користується послугами недобросовісної фірми, ризикує залишитися з раптово виниклими про-

блемами сам на сам, оскільки за законодавством України, консалтингові фірми не зобов'язані гарантувати допомогу у разі виникнення надзвичайних обставин під час подорожі чи виплату компенсацій. Найбільші обсяги діяльності за останні 5 років на національному ринку освітнього туризму здійснили наступні компанії та організації: «Центр міжнародних програм», товариство «Сохнут-Україна», ТОВ «Освітньо-культурні обміни», Студенський центр «ІЕС» (EXCEL Education), Міжнародний туроператор «Есперанто Тревел», освітня група «ДОНСТРИМ», Партнерська мережа «Гольфстрім», освітнє агентство «Бізнес-лінк», компанія «Study.ua», компанія «UTI Travel&Education», Центр освіти закордоном «Students International», компанія «Studentland», компанія «International House», «HOBBYTOUR», «Domar Travel Education» LTD, освітнє агентство «DEC», Німецька служба академічних обмінів (DAAD).

Основними тенденціями розвитку ринку освітнього туризму є урізноманітнення й ускладнення освітніх програм та розширення їхньої географії, що в свою чергу, зумовлює поступовий перехід освітніх подорожей з розряду продукту для еліти в категорію продукту для середнього класу.

При цьому слід зазначити, що емоції від такого відпочинку важливіші за місце призначення й комфорт. У центрі уваги події, що відбуваються під час подорожі, і означають вони не стільки конкретну дію, як засвоєний досвід, можливість випробувати себе, по-новому пізнати себе й навколишній світ. Ці ж самі мотиви визначають зростання зацікавленості в екстремальному, екологічному, етнічному туризмі, таким чином межі між цими видами туризму розмиваються, взаємно стимулюється попит. Крім того, цілком природне включення освітніх елементів у програми екологічних турів сприяє вихованню більш відповідального ставлення людей до природи планети, і навпаки, екологізація пізнавальних подорожей до осередків давніх цивілізацій та видатних пам'яток мистецтва дозволить зберегти їх для прийдешніх поколінь.

На думку фахівців надалі зростатиме і інтерес до навчання за кордоном, особливо попит на літні мовні програми. Чітко фіксується тенденція розширення контингенту освітніх турів за рахунок дітей та людей похилого віку, що особливо важливо в контексті старіння населення в більшості розвинутих країн. Це дасть змогу частково компенсувати звуження даного ринкового сегменту від зменшення кількості випускників шкіл і студентів в цих країнах. Натомість ринок країн, що розвиваються, з традиційно високими показниками приросту населення, зокрема, азіатських (переважно східноазійських) країн зростатиме ще більш високими темпами.

Освітній туризм як чинник, що сприяє зростанню соціальної мобільності населення, вихованню толерантності та взаємоповаги до традицій і культури різних народів все більше набуває підтримки держави та наднаціональних інститутів. Прикладом цього є започаткована у 1987 р. програма обміну студентами університетів ЄС Erasmus (European Region Action Scheme for the Mobility of University Students). Erasmus є частиною грандіозного проекту Європейської Комісії у сфері вищої освіти Lifelong Learning Programme 2007–2013, що означає для європейців широкі можливості отримання освіти протягом всього життя. Планується, що до 2012р. кількість людей охоплених цією ініціативою досягне 3 млн.

Незважаючи на позитивну ринкову динаміку, існують і обмежуючі розвиток освітнього туризму чинники. Зокрема, розширення освітніх функцій Інтернет, поширення практики дистанційного навчання, розвиток електронної освіти (e-education) та віртуального туризму.

Висновки. Туризм традиційно виступає індикатором якості життя. Прогнозується, що відпочинок і його організація стануть визначальними компонентами задоволення життям у XXI столітті. Для багатьох людей задоволення життям залежить від ступеня його насиченості подіями за межами професійної діяльності. Високі стандарти життя притаманні постіндустріальним суспільствам стимулюють процеси творчої самореалізації. Відпочинок особливо цінується як час, який можна організувати за власним бажанням, задовольняючи індивідуальні духовні потреби особистості. З другого боку, життєво необхідним у сучасному, усе більш індивідуалізованому світі, стає вміння пристосовуватися. Уміння знаходити й користуватись інформацією, готовність засвоювати нові знання є запорукою професійної компетентності. Підвищення кваліфікації в широкому розумінні слова є важливою тенденцією нашого часу. У туризмі зазначені процеси означають зростання попиту на різноманітні освітні тури, подорожі з переважанням пізнавальної мотивації, пропозиції відпочинку в поєднанні з окремими курсами практичного характеру, ділові поїздки.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Зорин И.В. Профессиональное образование и карьера в туризме: учебник для вузов / Зорин И.В. – М.: Советский спорт, 2005. – 525 с.

2. Колесникова И.А. Основы андрагогики: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Колесникова И.А., Марон А.Е., Тонконогая Е.П. и др. – М.: «Академия», 2007. – 325с.
3. Brent W. Ritchie *Managing educational tourism* / Brent W. Ritchie, Neil Carr, Christopher P. Cooper. – London: Cromwell Press, 2003. – 260p.
4. Greg Richards *ALTO's Global Directions in Language Travel, 2008* / Greg Richards. – Amsterdam : WYSE Travel Confederation publishing office, 2009. – 36 p.
5. Greg Richards *New HorizoNs II - The Young Independent Traveller, 2007* / Greg Richards. – Amsterdam : WYSE Travel Confederation publishing office, 2008 – 37 p.
6. *Youth Travel Matters: Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel / World Youth Student and Educational Travel Confederation and UNWTO Research Report.* – Madrid: UNWTO publishing office, 2008. – 103 p.

Ткачук Л. Н. Образовательный туризм в мире и в Украине / Институт международных отношений Национального авиационного университета.

Статья посвящается изучению феномена образовательного туризма. Определены факторы развития, проанализована география, вскрыты тенденции рынка путешествий с образовательной целью.

Ключевые слова: образовательный туризм, социальная мобильность, кампус, полевые исследования, стажировка, языковые курсы, экскурсионно-ознакомительные путешествия, наставник

Tkachuk L. N. Educational tourism in the world and in Ukraine / Institute of International Relations National Aviation University.

The article is dedicated the study of education tourism phenomena. Found out promoting factors, geography, market tendencies of education tourism.

Key words: educational travel, study tours, social mobility, campus, field research, probation, language course, sightseeing and familiarization trip, expert tutor.