

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного і готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавру
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою 242 «Туризм»

на тему: Розробка та просування мовних турів
на ринку туристичних послуг Одеського регіону
(назва теми)

Виконавець:

студентка 4 курсу, групи 47
ФМЕ, денної форми навчання

Кухтінова Анна Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.п.н, ст.викладач кафедри ТіГРБ

(науковий ступінь, вчене звання)

Мартінова Наталя Степанівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Туристичний ринок України як частина світової індустрії туризму перебуває в умовах трансформаційних змін, обумовлених розробкою інноваційних технологій, децентралізаційних реформ, криз різного походження та карантинних обмежень. Для створення і впровадження нового турпродукту суб'єктам туристичної діяльності недостатньо створити якісний тур з прийнятною ціною. Формування продукту і його вихід на ринок необхідно ретельно спланувати і організувати. Також сьогодні формування конкурентоспроможного туристичного регіону можливо лише на основі створення цілісного комплексу туристичних послуг, що буде задовольняти запити споживачів. Мова йде про так званий “регіональний туристичний продукт”, як складну організаційну систему, яка формується з декількох факторів (рекреаційні ресурси, туристична інфраструктура, додаткові послуги та інше), та які взаємопов'язані між собою, задовольняють потреби туристів в певному регіоні та являються необхідними вимогами для його розвитку.

Освітній туризм є сектором економіки туризму, що швидко розвивається в усьому світі, а також має всі підстави стати визнаним національним та регіональним туристичним продуктом в Україні, особливо для молодих та активних споживачів. Згідно зі статистичними даними понад 85% мандрівників відмовляються називати себе туристами та шукають у подорожах не стандартних туристичних розваг та екскурсійних маршрутів, а можливість побачити країну зсередини, очима місцевих жителів, відчути на собі нові соціальні та культурні умови, а також поєднати відпочинок із вивченням чи підтримкою існуючого рівня іноземної мови.

Проблемами розвитку туристичної діяльності в межах України займаються такі провідні вчені як: В. Кифяк, С. Мельниченко, Д. Стеченко, І. Школа та ін. Проблеми щодо підвищення туристичної привабливості регіонів, зокрема Одещини, досліджували у своїх працях такі вітчизняні науковці як: В. Герасименко, С. Нездойминов, С. Галасюк, І. Давиденко та ін. Теоретичним підґрунтям, що ілюструє сутність і особливості освітнього туризму виступають вітчизняні та зарубіжні дослідження Б. Річі, О. Клока, Ю. Коренко, Н. Козлової, Ю. Сергєєвої та ін.

Актуальність обраної теми зумовлена інтегрованим характером впливу освітнього туризму на різні сфери діяльності, що дозволяє вирішувати завдання навчання, сприяє більш комплексному впливу на процес засвоєння знань та набуття навичок. В даний час необхідним є виявлення ресурсного потенціалу освітнього туризму різних територій та розробка пропозицій щодо його практичного використання суб'єктами туристичної діяльності.

Практична значущість. Проведені дослідження розширюють і поглиблюють знання про розвиток освітнього туризму в Одеському регіоні та м.Одеса, розкривають можливості потенціалу Одещини для впровадження

в діяльність суб'єктів туристичної діяльності мовних турів та програм, орієнтованих, перш за все, на в'їзних та внутрішніх туристів.

Мета кваліфікаційної роботи є обґрунтування напрямів діяльності з розробки та пропозиції мовних турів туристичними компаніями-операторами на ринку туристичних послуг в регіонах України, зокрема, Одеського з урахуванням світових тенденцій.

Реалізація поставленої мети зумовила потребу розв'язання таких завдань:

- обґрунтувати теоретичні засади розробки та пропозиції мовних турів на ринку міжнародного освітнього туризму;
- дослідити пропозиції провідних світових центрів мовних програм на ринку туристичних послуг в Україні;
- проаналізувати пропозиції мовних турів та програм в регіонах України;
- оцінити туристично-рекреаційний потенціал Одеського регіону для організації мовних турів;
- визначити перспективи розвитку пропозиції мовних турів на ринку туристичних послуг Одеського регіону;
- надати рекомендації з розробки пропозицій внутрішніх мовних турів із просуванням туристичними операторами Одеського регіону.

Об'єктом дослідження є процес розробки та просування мовних турів на ринку туристичних послуг Одеського регіону. **Предметом дослідження** є теоретичні та практичні підходи щодо розробки та просування мовних турів туристичними компаніями-операторами на ринку туристичних послуг Одеського регіону в структурі національного та міжнародного ринків.

Теоретичною основою роботи служать праці вітчизняних та закордонних учених з проблем класифікації видів туризму та туристичних послуг, регіонального розвитку туризму, цілей та завдань маркетингу на підприємствах сфери туризму. **Інформаційною базою** для роботи послужили нормативно-правові акти та програмні документи в сфері туризму, освіти, регіонального розвитку, статистичні дані галузевих збірників, звіти та програмні документи Одеської обласної адміністрації, Одеської міської ради, звіти та маркетингові дослідження ДП «Український центр міжнародної освіти», дані туроператорів та освітніх агенцій, освітніх порталів та ін.

У роботі знайшли своє застосування наступні методи дослідження: комплекс методів наукового пізнання, які застосовуються до окремих структурних елементів роботи. Застосовано загальнонаукові і спеціальні методи: теоретичного узагальнення; групування, порівняння; графічний метод; аналізу та синтезу; структурно-логічний; економічні методи.

Структура та зміст кваліфікаційної роботи: робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи 91 сторінка машинописного тексту. Робота містить 7 таблиць, 14 рисунків, список використаної літератури складається із 59 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи розробки та пропозиції мовних турів на ринку туристичних послуг»** розглянуто такі питання.

Розглянуто теоретичні основи розробки та пропозиції освітніх мовних турів на ринку послуг освітнього туризму. Доведено, що необхідно впроваджувати основи ефективної організації діяльності зі створення різноманітних турів та турпродуктів у сферу туристичного підприємництва з метою підвищення конкурентоспроможності в обслуговуванні внутрішніх та іноземних туристів. Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму призведе до розвитку вітчизняної економіки та вплине на особисті доходи громадян України. Зокрема, це можливо за рахунок розвитку ринку послуг освітнього туризму, який є сектором економіки туризму, що швидко розвивається, завойовує визнання в світі, а також, що вкрай важливо, здатний забезпечити додаткові валютні надходження до бюджету держави, регіонів, міст. З кожним роком спектр послуг, що пропонуються в даному секторі, стрімко розширюється. Однак, є необхідність у поширенні пропозиції спеціалізованих турів, особливо важливих або економічний потенціал яких ще не є до кінця відкритим для туристів, зокрема, таких як освітні мовні тури – найбільш популярні тури на ринку послуг освітнього туризму.

У другому розділі **«Дослідження ринку мовних турів в Україні на національному та регіональному рівнях»** досліджено діяльність об'єкту роботи.

Більшість туроператорів в Україні спільно з найбільшими світовими мовними центрами пропонують повносервісні програми у провідних світових центрах освітнього туризму з вивчення англійської: Європі та Північній Америці. Серед великої кількості всіх суспільних організацій в світі в сфері освітнього туризму значна частина припадає саме на такі, що координують діяльність у сегменті вивченні мов.

Пропозиції мовних освітніх турів та програм, особливо для дітей та молоді мають стабільно високий попит ще з років отримання Україною незалежності. Охарактеризовано пропозицію мовних турів та програм на ринку освітнього туризму в Україні в цілому із визначенням регіональної складової (Одеський регіон). Зазначено, що ринок мовних турів та програм в регіонах України, зокрема, Одеському має тенденцію до стабільного збільшення об'ємів. Однак, гостро стоїть питання регулювання діяльності підприємств, які працюють у сегментах дитячого, молодіжного та освітнього туризму. На даний час в нашій країні недостатньо добре організованих та авторитетних національних асоціацій та суспільних об'єднань в сфері освітнього туризму; поки що утворюються окремі підприємницькі та приватні ініціативи.

Нами зазначено на більш значимих розроблених та ухвалених проектах, подіях щодо розвитку програм освітнього туризму, зокрема мовних

турів в регіоні у період 2017-2020 рр. За результатами досліджень можна зробити висновок, що Одеський регіон та м.Одеса є привабливими територіями для розробки та впровадження освітніх мовних турів та програм, перш за все, для розвитку в'їзного та внутрішнього туризму.

У третьому розділі **«Напрями удосконалення діяльності з пропозиції мовних турів в Одеському регіоні»** надані такі пропозиції.

У розділі розглянуто чинники, які сприяють розвитку пропозицій мовних турів на ринку освітнього туризму в Одеському регіоні, м.Одеса та стримують їх. Зазначено на ролі спільної діяльності держави, суспільних профільних організацій та приватних туристичних компаній в створенні та просуванні креативних програм для в'їзних та внутрішніх туристів, зокрема, студентської молоді. Визначено основні шляхи подолання проблем у пропозиціях мовних турів на ринку освітнього туризму в Одеському регіоні.

Розвиток освітнього туризму в Україні та в її регіонах забезпечить диверсифікація напрямів освітніх подорожей, які пропонуються. Нами запропоновано короткострокові мовні тури з метою занурення у міжнародне культурне середовище (тури у форматі «speaking club») в м.Одеса та курорті Затока (Одеська обл). Такі пропозиції створюють умови для розвитку внутрішнього та в'їзного освітнього туризму, задовольняють різні мотиви та уподобання споживачів – студентської молоді та мають невисоку собівартість.

ВИСНОВКИ

Узагальнення основних теоретичних аспектів організації туристичних подорожей дало можливість зробити такі висновки:

Пропозиція туристичного продукту в умовах розвинених ринкових відносин має двоєдину природу, а, відповідно, і характеристику: економічну та маркетингову. Комплекс різних видів послуг об'єднується на базі головної мети подорожі і надається у певний термін за визначеним маршрутом із заздалегідь установленною програмою, тобто мова йде про своєрідну одиницю туристичної діяльності – тур. Беручи до уваги різноманітність потреб туристів, тури можуть мати різну цільову спрямованість, наприклад, спеціалізовані, які покликані реалізувати специфічні запити людей під час туристичної подорожі, зокрема, потреби у навчанні різних мов – мовні освітні тури. Діяльність у сфері туризму, спрямована на формування комплексного туристичного продукту та оптимізацію умов його споживання, тобто туроперейтинг. Види туроперейтинга і туроператорів, як основних організаторів різноманітних масових турів та ексклюзивних туристичних продуктів, залежать від географії подорожей, від країни або регіону перебування. Відповідно, на ринку туристичних послуг працюють туроператори, орієнтовані на виїзний, в'їзний, або внутрішній туризм. Це в

повні мірі стосується ринку послуг освітнього туризму, та, зокрема, пропозиції мовних освітніх турів.

Освітній туризм є сектором економіки туризму, що швидко розвивається, завойовує визнання в світі. Багато дослідників відносять його до провідних і найбільш перспективних секторів туризму. Освітній туризм має специфічні особливості, які виявляються: в особливому характері попиту, виражених сезонних коливаннях, диверсифікації туристичного продукту та послуг гостинності, низької схильності до криз та соціально-політичних потрясінь, динамічно розвинутими потребами клієнтів. З кожним роком в світі спектр послуг, що пропонуються в даному секторі, стрімко розширюється. Міжнародний освітній туризм як феномен сучасності має давні історичні традиції і в даний час розвивається на стику глобалістики, управління, економіки (зокрема, сектору туризму), освіти. Можна чітко виділити два види експорту освітніх послуг, які називаються «активний» і «пасивний». На жаль, сучасна Україна має недостатньо розвинутий потенціал у просуванні власного освітнього продукту, та виступає скоріше донором для розвинутих країн світу, втрачаючи талановиту молодь. Хоча освітній туризм, який ще не так давно був затребуваний лише серед еліти, зараз перейшов у категорію продукту для середнього класу та має стійкий попит.

На даний момент ринок освітнього туризму та пропозиції мовних турів зокрема в світі та в Україні переживає бурхливий розвиток, у процесі якого виявляється ціла низка проблем, які потребують свого оперативного вирішення. Задля ефективної роботи суб'єктів підприємництва у створенні та просуванні мовних турів необхідно визначити основні рушійні сили та бар'єри в розвитку цих послуг. Мовний тур як продукт освітнього туризму має власну модель. Сутнісний зміст мовного туру представляє так званий задум, тобто його спрямованість на вирішення певної проблеми, зокрема, задоволення потреб клієнта в послугі подорожі із одночасним вивченням мов. Для ефективної організації виїзних мовних турів, на які спостерігається достатньо стабільний попит, доцільно враховувати індивідуальні потреби різних категорій споживачів та забезпечення адресності турпродукту. Особливу увагу в процесі створення та надання послуг освітнього туризму необхідно приділити проблемі сегментування ринку та розробці профілів цільових комплексних освітніх турів на основі клієнтоорієнтованих концепцій. Істотною відмінністю освітнього туризму є високий індекс повторного звернення клієнтів з наміром продовжити навчання в тому чи іншому форматі. Тому усвідомлення необхідності стратегічного підходу до маркетингової діяльності суб'єктів господарювання, які працюють над створенням та просуванням освітніх мовних турів, диктує необхідність детальної розробки довгострокових програм лояльності та поетапне послідовне впровадження їх у життя.

Мовні програми – найпопулярніший вид освітнього туризму для всіх категорій споживачів як в світі, так в Україні. На сьогоднішній день близько 80% туристів орієнтовані на вивчення англійської мови. Тому більшість

туроператорів спільно з найбільшими світовими мовними центрами пропонують програми у провідних світових центрах освітнього туризму з вивчення англійської: Європі та Північній Америці. Серед молоді все більшої популярності набувають курси вивчення іноземних мов, зокрема, англійської, у поєднанні з освоєнням обраного виду спорту (гольф, теніс, кінний спорт, серфінг, плавання тощо) та екскурсійно-розважальними послугами; важливе значення має занурення в «природне» середовище спілкування та вивчення мови та рівень комфорту. Наявність міжнародних та регіональних освітніх асоціацій говорить про зростаючу зрілість та професіоналізм галузі міжнародного освітнього туризму. Це в повній мірі стосується професійних організацій та об'єднань, які опікуються питанням вивчення мов; серед великої кількості всіх освітніх організацій – значна частина припадає саме на такі. Добре організовані та авторитетні національні асоціації важливі для зміцнення позицій, захисту інтересів, цілеспрямованого та ефективного використання наявних ресурсів у межах окремої держави. Початкова стадія розвитку вітчизняного в'їзного освітнього туризму зобов'язує вивчати та аналізувати зарубіжний досвід діяльності, отримувати досвід для створення та відповідності якості національного ринку освітніх туристичних подорожей до світових вимог, зокрема таких, основною метою яких є вивчення мов.

Новий поштовх для розвитку освітнього туризму в Україні як окремих напрям діяльності отримав в останні роки: цьому сприяла політика держави, зростаючий попит на навчання, зокрема, молоді, а також необхідність в підвищенні кваліфікації, стажування за кордоном. Пропозиції ж мовних освітніх турів та програм, особливо для дітей та молоді мають стабільно високий попит ще з років отримання Україною незалежності. В Україні давно гостро стоїть питання регулювання діяльності підприємств, які працюють у сегментах дитячого, молодіжного та освітнього туризму. З 2017 року Державне підприємство «Український державний центр міжнародної освіти» активізувало свою діяльність в напрямку підтримки розвитку академічних обмінів. На даний час в нашій країні недостатньо добре організованих та авторитетних національних асоціацій та суспільних об'єднань в сфері освітнього туризму; поки що утворюються окремі підприємницькі та приватні ініціативи. Організовані виїзні освітні програми становлять значну частину бізнесу туроператорів України, в діяльності яких є спеціалізація освітній туризм («Есперанто Тревел», «NOBBYTOUR», туркопанії Еліта-тур, СВ-груп, Сант-Валентин). Особливо популярні різні мовні програми. Відпочинок в мовних таборах з вивченням англійської мови пропонують провідні міжнародні оператори, що мають представництва, зокрема, в м.Одеса (Join UP!, TO Coral travel, TO Кій Авіа). Найбільші обсяги діяльності у тривалий період на національному ринку освітнього туризму здійснили провідні освітні агенції: освітнє агентство «Бізнес-лінк», компанія «Study.ua», «Domar Travel Education» LTD, освітнє агентство «DEC», «KARANDASH» та багато ін. Одеський регіон представлений пропозиціями

різноманітних мовних програм від освітніх агенцій (6 активних пропозицій). Найстаріше – Feod Group, яке пропонує повний спектр мовних програм та турів та ексклюзивне обслуговування та супровід. Український досвід організації освітнього туризму поряд із виїзним напрямком демонструє приклади організації в'їзного та внутрішнього освітнього туризму. Проекти британського мовного табору поповнюють на території України досвідченіші освітні агенції «Study.ua», «DEC»; суспільних організацій для дітей та молоді. Пропозиції англomовних програм відпочинку представлені на ринку внутрішнього освітнього туризму України на базі дитячих таборів; є такі табори й в Одеському регіоні. Також пропозиції англomовних турів та програм відпочинку в країнах світу та в Україні можна знайти самостійно на е-ресурсах, які постійно з'являються в Інтернет просторі. Таким чином, ринок мовних турів та програм в регіонах України, зокрема, Одеському має тенденцію до стабільного збільшення об'ємів.

Одеська область є однією з найбільш туристично привабливих областей України. Завдяки особливості економіко-географічного розташування області, сприятливим природно-кліматичним умовам, наявності піщаних пляжів, лікувальних джерел та великої кількості об'єктів культурної спадщини Одещина є цікавою для відвідування. Ділове місто, місто студентської молоді Одеса – безумовно може стати центром ділового, культурного, наукового спілкування гостей за допомогою комерційних проектів та волонтерського руху і безпосередніх дружніх контактів, зокрема, за допомогою освітніх мовних турів та програм. Важливо зазначити на тому, що на сьогоднішній день, основні тенденції, які впливають на розвиток освітнього туризму в Одеському регіоні, стосуються засобів розміщення для молоді. Нами зазначено на більш значимих розроблених та ухвалених проектах, продуктах, заходах, подіях щодо розвитку програм освітнього туризму, зокрема мовних турів в Одеському регіоні у період 2017-2020 рр. Необхідно запроваджувати заходи щодо розвитку відповідної послугам освітнього туризму, зокрема, мовних турів та програм: туристичної інфраструктури; просування різних туристичних продуктів та видів туризму; промоція туристичної привабливості міста; збільшення туристичних потоків до Одеського регіону та м. Одеси.

Одеський регіон та м.Одеса має всі можливості для створення образу туристичної території міжнародного значення для розвитку освітнього туризму; є привабливими територіями для розробки та впровадження освітніх мовних турів та програм, перш за все, для розвитку в'їзного та внутрішнього туризму. Однак, недостатній рівень розвитку потенціалу регіону для туристів, зокрема, для іноземних та внутрішніх, зі службовою, діловою та навчальною метою. Визначено основні шляхи подолання проблем у пропозиціях мовних турів на ринку освітнього туризму в Одеському регіоні. Дуже важливе значення для розвитку пропозицій освітніх турів, особливо, для в'їзних та внутрішніх туристів в Одеському регіоні та м.Одеса має спільна діяльність держави, суспільних профільних організацій та

приватних туристичних компаній зі створення креативних програм для молоді. Також необхідно врахувати світові тенденції в розвитку туризмі для студентів та молоді як основної споживчої групи для освітнього туризму.

Вочевидь, що на ринку освітнього туризму в Україні та в Одеському регіоні, зокрема, туристичним компаніям та спеціалізованим освітнім агенціям вигідно пропонувати перш за все виїзні освітні тури саме із програмами вивчення мов, зокрема, англійської. Однак, розвиток освітнього туризму в Україні та в її регіонах забезпечить диверсифікація напрямів освітніх подорожей, які пропонуються. Так, пропонується розвивати напрям «індивідуальний туризм» та «організація корпоративних подорожей». Найбільш перспективними, на наш погляд, можуть бути нові пропозиції освітніх турів з метою вивчення мов (не тільки англійської, але наприклад, української) та занурення у міжнародне культурне середовище (тури у форматі «speaking club») в Одеському регіоні. Тури у форматі «speaking club» короткочасні, 3-7 днів. Такі пропозиції як створюють умови для розвитку внутрішнього та в'їзного освітнього туризму, задовольняють різні мотиви та уподобання споживачів – студентської молоді та мають невисоку собівартість. Нами представлено програми турів: 1. Пізнавальний. «Одеса – місто багатьох культур та мов» (3 дні) та Тур 2. Розважальний. «Speaking club в Затоці» (3 дні); розраховано їхню кількість у період літнього сезону для реалізації з прибутком для місцевих компаній-туроператорів.

АНОТАЦІЯ

Кухтінова А.В., Розробка та просування мовних турів на ринку туристичних послуг Одеського регіону

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою 242 «Туризм» –
Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

В роботі розглянуто теоретичні засади розробки та пропозиції мовних турів на ринку туристичних послуг. Охарактеризовано сутність поняття «тур» – продукту діяльності туристичних компаній, які працюють на ринку виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму. Визначено сучасні тенденції розвитку освітнього туризму в світі та в Україні як спеціалізованого сегменту ринку туристичних послуг. Обґрунтовано зміст мовних турів, визначено особливості їх розробки та пропозиції на ринку туристичних послуг. Досліджено пропозиції провідних світових центрів мовних програм на ринку туристичних послуг в Україні. Проаналізовано пропозиції мовних турів та програм в регіонах України, зокрема, в Одеському регіоні. Здійснено оцінку туристично-рекреаційного потенціалу для організації мовних турів.

На основі аналізу проблем у розвитку сегменту освітнього туризму в Одеському регіоні визначено основні перспективи щодо пропозицій мовних турів та програм в регіоні. Запропоновано короткострокові мовні тури для студентської молоді у форматі «speaking club» в м. Одеса та курорті Затока (Одеська обл.) для розвитку внутрішнього та в'їзного освітнього туризму.

Ключові слова: тур, регіональний туристичний продукт, освітній туризм, мовний тур.

ANNOTATION

Kuchtinova A.V., Development and promotion of language tours in the tourist services market in the Odessa region

Qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree in specialty 242 "Tourism" for educational program 242 "Tourism"

Odessa National Economic University, Odessa, 2022

Diploma thesis identifies the theoretical bases of development and proposals of language tours in the tourist services market. There is described the essence of a "tour" concept as a product of travel companies which operating in the market of outbound, inbound and domestic tourism. Current trends in the development of educational tourism in the world and in Ukraine as a specialized segment of the tourist services market are identified. The content of language tours is substantiated and the peculiarities of their development and proposition on the tourist services market are determined. The proposals of the world's leading centers of language programs in the Ukrainian tourist services market are studied. The proposals of language tours and programs in the regions of Ukraine, in particular, in the Odessa region are analyzed. An assessment of the tourist and recreational potential for the language tours organizing was done.

On the base of problem analysis in the development of educational tourism segment in the Odessa region the main prospects for the proposals of language tours programs in the Odessa region are identified. There are offered a short-term language tours for student youth in the format of "speaking club" in Odesa and Zatoka resort (Odesa region) for the development of domestic and inbound educational tourism.

Key words: tour, regional tourist product, educational tourism, language tour.