

Рекомендации по разработке программы развития сферы услуг образовательного туризма средствами сетевого туристско-волонтерского центра

Гамбург Михаил Михайлович,

аспирант кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

В условиях внедрения современных цифровых технологий необходимо проведение мероприятий по усилению роли волонтера как туристского менеджера в развитии образовательного туризма, в частности, путем применения сетевой модели управления. При этом решающую роль в организации деятельности волонтеров в области образовательного туризма берет на себя сетевой туристско-волонтерский центр (СТВЦ), создание которого планируется в регионе, заинтересованном в развитии рассматриваемой области деятельности.

В статье раскрыты основные разделы программы развития сферы услуг образовательного туризма средствами сетевого туристско-волонтерского центра. Рассмотрены аспекты современных факторов роста эффективности сети: создание образовательной туристской услуги, продажа образовательной туристской услуги, управление в сфере услуг образовательного туризма, волонтерская деятельность в сфере услуг образовательного туризма, сервисное сопровождение (маркетинг, PR, страхование, транспорт), общественный контроль и аудит. Сформированные контуры программы позволят разработать дорожную карту работ для СТВЦ на ближайший отчетный период (3–5 лет) в части обеспечения условий для развития сферы услуг образовательного туризма дестинаций России.

Ключевые слова: программа развития, волонтерская деятельность, образовательный туризм, сетевой туристско-волонтерский центр, развитие сферы услуг.

В условиях внедрения современных цифровых технологий необходимо проведение мероприятий по усилению роли волонтера как туристского менеджера в развитии образовательного туризма, в частности, путем применения сетевой модели управления [1]. При этом решающую роль в организации деятельности волонтеров в области образовательного туризма берет на себя сетевой туристско-волонтерский центр (СТВЦ), создание которого планируется в регионе, заинтересованном в развитии рассматриваемой области деятельности.

Рассмотрим основные разделы программы развития сферы услуг образовательного туризма средствами сетевого туристско-волонтерского центра в аспекте современных факторов роста эффективности сети. К ним будем относить следующие разделы [3]:

- создание образовательной туристской услуги;
- продажа образовательной туристской услуги;
- управление в сфере услуг образовательного туризма;
- волонтерская деятельность в сфере услуг образовательного туризма;
- сервисное сопровождение (маркетинг, PR, страхование, транспорт);
- общественный контроль и аудит.

Создание образовательной туристской услуги.

Важной целью сегодня является увеличение доли многопрофильных образовательных туристских услуг для дестинаций, как для внутренних, так и для внешних туристских прибытий в регионы. Следует отметить, что создание многопрофильной образовательной туруслуги, фактически проектирование и моделирование путешествий с образовательными целями – это чрезвычайно сложный процесс.

Он предполагает наличие, как обширных знаний различных туристских ресурсов дестинации, так и понимание организационно-правовой специфики поездок, мотиваций и психологических установок туристов. Наконец, он требует от специалистов, которые работают в сфере услуг образовательного туризма, профессионализма, что особенно важно при организации работы волонтеров с туристами.

Создание многопрофильной образовательной туруслуги начинается с принятия решения по раз-

работке такой услуги. После принятия решения о создании многопрофильной образовательной турсервиса осуществляются следующие действия [2]:

- изучение спроса туристов на образовательные туристские услуги и определение ключевых составляющих многопрофильной образовательной турсервиса;
- определение затрат и фиксация цены на многопрофильную образовательную турсервиса.

В рамках первого этапа происходит разработка концепции многопрофильной образовательной турсервиса, изучаются ключевые тенденции в проектировании процессов в сфере услуг образовательного туризма. Изучаются качественно-количественные характеристики многопрофильной образовательной турсервиса: используемый транспорт, возможные средства для размещения, питания, комплекс образовательных мероприятий, объекты для экскурсионного показа – ряд культурных и исторических сооружений. Помимо спроса изучается и предложение для реализации целей по поиску и отбору для моделируемой многопрофильной образовательной турсервиса первичных услуг, их производителей, широкого спектра. Подробно изучаются туристские возможности дестинации, куда будут прибывать туристы с точки зрения транспортной доступности, степени развитости инфраструктуры дестинации, качества и стоимости услуг в дестинации.

В рамках практической организации процессов в сфере образовательного туризма будут изучаться особенности проведения образовательных мероприятий в вузах, школах, колледжах и созданных образовательных экосистемах. При создании многопрофильной образовательной турсервиса важно учесть все нюансы, влияющие на уровень удовлетворенности туристов.

По факту завершения изучения спроса, а также всей специфики предложения образовательных туристских услуг, в дестинации должна быть сформирована и составлена вербальная модель (рабочий проект) многопрофильной образовательной турсервиса. СТБЦ будет выбирать контрагентов, устанавливая с ними контакты и начинать переговоры по включению контрагентов в работу с туристами. Фактически, когда характеристики будущей многопрофильной образовательной турсервиса становятся определенными, формируются основы для ценообразования. Цена продажи многопрофильной образовательной турсервиса будет вычисляться посредством учета суммы затрат, ожидаемой прибыли и размеров налогов.

Сумма затрат обычно включает все прямые расходы по реализации многопрофильной образовательной турсервиса (затраты, связанные с перевозкой, размещением, питанием туристов, их образовательным и экскурсионным обслуживанием), а также все косвенные расходы СТБЦ и его контрагентов (затраты, связанные с менеджментом СТБЦ и его контрагентов – зарплата сотрудникам, арендные платежи, решение отдельных орга-

низационных вопросов осуществления процессов в сфере услуг образовательного туризма).

Также следует отметить, что в настоящий момент в России в силу необходимости продвижения отечественных образовательных турсервиса при практической реализации отдельных мероприятий СТБЦ образовательные учреждения не ставят целью максимально возможное извлечение прибыли. Важно понимать, что принципиальной задачей является формирование долгосрочного интереса к многопрофильным образовательным турсервисам дестинации, а сама прибыль необходима для обеспечения качественной работы СТБЦ и его контрагентов. Выгода и прибыль в настоящий момент не являются ключевыми показателями успешности работы СТБЦ.

Продажа образовательной туристской услуги. Усиление влияния сетевой организации образовательных процессов на состояние рынка в сфере услуг образовательного туризма и повышение устойчивости сетевых туристских структур на рынке во многом обеспечивается за счет синергии основных способов продажи образовательных турсервиса со стороны СТБЦ и его контрагентов. Способ продажи образовательных турсервиса – это выбор наиболее рациональных технологий реализации большинства базисных операций, которые объединены в рамках сетевой структуры с процессами естественной продажи покупателям образовательной туристской услуги. При этом для целей синергии способы продаж образовательной туристской услуги нами будут классифицированы по следующим разнообразным признакам, а именно:

- индивидуальное место встречи туриста и продавца туристских образовательных услуг (офис сетевого туристско-волонтерского центра, контрагента СТБЦ, образовательного учреждения);
 - массовое место встречи туриста и продавца образовательных туристских услуг (образовательные выставки, дни карьеры);
 - характер контактов между продавцом и туристом при продаже образовательных туристских услуг (личные контакты, косвенные контакты);
 - расстояние, которое изолирует туриста от продавца образовательных туристских услуг;
 - степень и качество участия электронных средств и цифровых платформ в продаже образовательных туристских услуг.
- Следует также указать на важные аспекты проектирования и моделирования индивидуального места встречи туриста и продавца образовательных услуг в офисе:
- тематическое оформление помещений для туристов и работников СТБЦ с учетом специфики и направленности реализации основных образовательных турсервиса и природно-географических и климатических особенностей дестинации;
 - присутствие максимально широкой и подробной информации для туристов по реализуемым образовательным туристским услугам;

- поддержание микроклимата, который удобен и для туристов, и для сотрудников СТБЦ, их контрагентов;
- инновационные и творческие подходы при организации времяпровождения туристов в офисе СТБЦ и его контрагентов.

Важное место сегодня в продажах образовательных туристских услуг занимают образовательные выставки, ярмарки, дни карьеры. Мировой опыт продаж образовательных туруслуг выявил тот факт, что 25% образовательных туруслуг большими сетевыми операторскими туристскими структурами продается по факту их участия на образовательных выставках, ярмарках, после участия в днях карьеры при образовательных учреждениях. Важными центрами реализации образовательных туристских услуг, которые организуют знаменитые образовательные ярмарки, выставки, следует считать города Лондон, Мадрид, Париж, Берлин. В России основным выставочным местом по продажам образовательных туристских услуг следует считать Московский Международный центр торговли.

Наконец, укажем на важность способа продажи образовательных туристских услуг через электронные сети и цифровые платформы. Известность в США и Западной Европе приобрели продажи туристских образовательных услуг через Интернет и социальные сети. Организовав представительство СТБЦ в Интернет, в различных профильных социальных сетях, СТБЦ и его контрагенты фактически приобретают новые офисы, только электронные. Способ продаж туристских образовательных услуг через Интернет и социальные сети обладает значительным числом преимуществ:

- достаточный и расширенный объем информации, обеспечивающий показ детальных сведений о СТБЦ, его контрагентах, его образовательных туристских услугах. Вся эта информация иллюстрируется фото, наглядными материалами, прайс-листом, который содержит неограниченное количество позиций, которые может включить в свою образовательную туристскую услугу путешественник;
- широкий охват потенциальной аудитории – сведения об образовательных туристских услугах доступны всем путешественникам, у которых есть выход в Интернет и доступ к социальным сетям;
- обеспечение круглосуточного доступа к СТБЦ и его контрагентам – у Интернета нет пауз, выходов при предоставлении сведений и информации по реализуемым образовательным туристским услугам;
- обеспечение быстрого обновления о составе и структуре образовательных туристских услуг СТБЦ;
- осуществление интерактивного режима продаж – турист сам видит доступные образовательные туристские услуги и оперативно направляет в СТБЦ, его контрагентам письмо, содержащее определенное требование или фик-

сирующее проблему в рамках участия в процессах в сфере услуг образовательного туризма в дестинации;

- получение абсолютной статистики обращений – можно легко установить количество обращений для получения информации и сведений по образовательным туристским услугам, включая и источники, откуда поступили обращения.

В СТБЦ сегодня дополнительно применяются следующие способы продаж образовательных туристских услуг:

- формируется имидж экспертов основных участников в сфере услуг образовательного туризма со стороны академического и профессионального сообщества, которые в социальных сетях общаются с туристами и со всеми заинтересованными лицами;
- размещение в сети Интернет бесплатных вебинаров и мастер-классов;
- создается лендинг основных образовательных туристских услуг.

Управление в сфере услуг образовательного туризма в дестинации. Активное стимулирование участников сетевой туристской организации по использованию новейших технологий и технических средств в сфере услуг образовательного туризма будет реализовываться по следующим ключевым направлениям стратегического развития сферы услуг образовательного туризма дестинаций России:

1. Развитие объектов туристической инфраструктуры, связанных с реализацией образовательных туристских услуг.

В дестинациях сегодня важно формирование инфраструктуры инновационного типа для привлечения туристов в процессы образовательного туризма. Создание новых музеев, комплекса парков развлечений и этно-тематических парков, возведение сертифицированных ресторанов и гостиниц, создание рекреационных объектов и пешеходных зон, объектов образовательного природно-климатического и географического туризма, торговых центров позволит видоизменить облик дестинаций и привлечь туристские потоки для участия в сфере образовательного туризма. Это позволит интегрировать процессы в сфере образовательного туризма в единую концепцию развития дестинации. Также важно создание интегрированной информационной среды применительно к реализации цели по популяризации образовательных туристских услуг СТБЦ, которые будут интуитивно понятны, а также появится возможность их сравнения, ранжирования, оценки, причем как туристами, так и специалистами;

2. Активное включение в процессы в сфере образовательного туризма тематик по сохранению и поддержанию экологии в аспекте реализуемых программ подготовки.

Главной туристской ценностью, а также стратегическим преимуществом сферы услуг образовательного туризма дестинации должно стать на-

личие образовательных туруслуг, связанных с сохранением чистоты окружающей среды и водных ресурсов. Важно направить усилия на разработку программ, связанных с сохранением природы, воды моря и рек, с обеспечением биоразнообразия. Поэтому, важными составляющими образовательных туристских услуг дестинаций России должны стать: обеспечение полной доступности объектов дестинации, обустройство новых, а также старых маршрутов, осуществление контроля над объектами природного наследия; наличие образовательных программ по модернизации городских систем водоотведения, наличие образовательных программ по контролю в отношении сбора и утилизации отходов; расширение спектра эколого-образовательных мероприятий среди туристов в части предоставления им сведений по возможностям сохранения и улучшения экологии дестинации;

3. Повышение уровня транспортной доступности различных объектов дестинации, включенных в программы в сфере образовательного туризма.

Важно обеспечить широкий спектр возможностей по перераспределению прироста туристов, участвующих в программах в сфере услуг образовательного туризма из центральных деловых районов дестинаций в пользу туристической части дестинаций. Данное действие позволит заполнить пустующие объекты размещения без перенасыщения деловой части дестинации. Необходимо провести модернизацию пригородного сообщения кампусов для туристов и основных объектов в сфере услуг образовательного туризма, восстановить станции, которые используются для остановок поездами дальнего следования, обеспечить безопасное транспортное сообщение, предпринять меры, связанные с улучшением автомобильной инфраструктуры для нужд туристов, участвующих в программах в сфере образовательного туризма.

4. Трансформация имиджа дестинаций как образовательных центров.

Сегодня дестинации России не обладают ярко выраженным имиджем образовательных центров. При этом у большинства дестинаций есть значительные природно-экологические и культурно-исторические возможности для создания легендарных образовательных туристских услуг и усиления маркетинговых сущностей данных услуг для их продвижения. Необходима разработка бренда, стратегии позиционирования, которая бы отражала текущее, а также перспективное состояние сферы услуг образовательного туризма дестинаций России;

5. Снижение уровня сезонности при реализации образовательных туристских услуг.

Текущий доход в сфере услуг образовательного туризма часто зависит и преимущественно связан с сезонным характером отдыха в дестинации. Стабилизация заполнения объектов размещения, снижение уровня сезонности, увеличение доходов от реализации образовательных туристских услуг достигаются посредством ряда мер, а имен-

но: разработка специальных образовательных туристских услуг в рамках привлечения в межсезонье туристов, создание комплекса всесезонных объектов для инфраструктуры сферы услуг образовательного туризма, размещение учреждений, поддерживающих процессы в сфере услуг образовательного туризма на базе реализуемых программ подготовки образовательных учреждений дестинации (сельскохозяйственных, торговоразвлекательных и прочих), развитие различных ремесел для расширения спектра образовательных туристских услуг, реализация комплекса стимулирующих мероприятий по увеличению активности в процессах в сфере услуг образовательного туризма волонтеров.

Следует отметить, что реализация данных мероприятий в рамках повышения эффективности управления в сфере услуг образовательного туризма позволит создать и разместить в дестинациях России перспективные для развития сферы услуг образовательного туризма предприятия посредством учреждения зон комплексного и устойчивого развития территорий, свободных экономических зон, путем введения налоговых льгот применительно к участникам процессов в сфере услуг образовательного туризма, их паритетного субсидирования государством.

Волонтерская деятельность в сфере услуг образовательного туризма. Приоритетным направлением является обеспечение усиления и расширения научно-методической базы волонтерской деятельности, включая и базы лучших практик волонтерской деятельности в сфере услуг образовательного туризма [4].

В масштабах дестинаций России планируется тиражирование лучших волонтерских практик. Это обеспечит создание сообщества волонтеров, формирующих туристскую привлекательность дестинаций. В указанной деятельности акцент будет делаться на формирование ценностей патриотизма и вовлеченности в развитие дестинации.

Базисом для тиражирования лучших практики станет командообразующая работа, обучение волонтеров, разработка комплекса проектов, обоснование и выбор самых эффективных форматов работы волонтеров посредством обмена опытом, проведения проектных сессий и мозговых штурмов. Будут реализованы волонтерские проекты, связанные с организацией добровольных гидов, с популяризацией достопримечательностей дестинации, с формированием программ знакомства туристов с ландшафтами дестинации, с приобщением туристов к традициям и культурному наследию, с благоустройством мест интереса туристов силами волонтеров.

Также СТВЦ в рамках лучших практик будет формировать зрелищные церемониалы гостеприимства и проекты атмосферных встреч туристов, других активностей, например, сопровождения делегаций граждан других стран, маломобильных туристов, школьников. Будет в обязательном порядке проводиться работа над соз-

данием перспективных форматов проведения квестов для туристов «Культурно-исторический код», которые в максимальной степени будут направлены на приобщение туристов к уникальным культурным кодам, которые формируют основу брендинга образовательных туристских услуг дестинации.

Большое внимание в СТВЦ также будет уделяться обучению волонтеров с учетом специфики пребывания туристов в дестинации и с учетом реализуемых образовательных туристских услуг. В частности, форматы реализации программ будут предполагать тренинговые методики на базе различных направлений подготовительной деятельности: лекции, мастер-классы, дискуссии, групповая работа, игротехника. Занятия будут ориентировать на ознакомление со спецификой приема гостей, которая присуща дестинации и ведущим странам мира, заложат базис профессионального мастерства для волонтера в части сопровождения туристов и поддержки реализации образовательных туристских услуг – речевой этикет, контакты с туристами, владение инструментами организации событий, умения выстраивания коммуникаций и межкультурных взаимодействий, правила ведения бесед, общения с гостями. Как результат, тиражирование лучших практик будет направлено на развитие у волонтеров корпоративной культуры, осознание ценностей работы с туристами, формирование умений транслировать данные ценности, развитие основных компетенций волонтеров, важных для повышения уровня удовлетворенности туристов от пребывания в дестинации и от участия в программах образовательного туризма дестинации.

В аспекте всего вышесказанного в рамках СТВЦ определены следующие формы организации волонтерской деятельности в сфере услуг образовательного туризма:

- сопровождение делегаций туристов;
- сопровождение мероприятий для туристов в рамках реализуемых образовательных туристских услуг;
- оказание помощи туристам в части навигации, а также информирования, особенно пребывающим в дестинацию впервые, иностранным гражданам, маломобильным гражданам, школьникам;
- подготовка и проведение полезных активностей, мероприятий культурно-просветительского характера, содержательного досуга;
- проведение консультаций туристов в части возникающих вопросов участия в мероприятиях в сфере услуг образовательного туризма;
- организация прогулок, обзорных экскурсий для участников программ в сфере услуг образовательного туризма;
- осуществление сопровождения маломобильных граждан, помощь инвалидам, осуществление мероприятий инклюзивного волонтерства;
- участие в работе медиа центра в части создания контента, который формирует привлека-

тельный образ дестинации и образовательных туристских услуг СТВЦ;

- помощь в разработке и улучшении туристической wiki-карты для дестинации;
- ведение блог-туров медиа волонтерами для организации удаленной работы с потенциальными туристами;
- участие в организации конкурсов, связанных с поддержкой экскурсионных сервисов для туристов;
- активное участие в благоустройстве мест интереса для туристов, мест отдыха, культурных и общественных пространств в дестинации;
- активное участие в озеленении дестинации, в сохранении экологии участие в образовательных программах экологического туризма и эко-просвещения, участие в популяризации экотроп;
- активное участие в организации программ по изучению и освоению культурных традиций, в программах культурно-просветительского туризма в дестинации;
- активное участие во флеш-мобах, перфомансах, квестах, иммерсивных спектаклях, в прочих формах приобщения туристов применительно к уникальным особенностям дестинации;
- помощь в создании карт, в том числе интерактивных, а также мобильных приложений, прочих цифровых решений, помогающих туристам эффективнее осваивать программы в сфере услуг образовательного туризма дестинации.

Сервисное сопровождение. Для реализации маркетингового, рекламного и PR сопровождения образовательных туристских услуг СТВЦ и его контрагентов волонтерами, сотрудниками СТВЦ и его контрагентами будут создаваться блоги о дестинации и реализуемых программах в сфере образовательного туризма.

Следует отметить, что развитие различных форм онлайн-активностей в сфере услуг образовательного туризма тесно связано и соприкасается с формируемым пользовательским контентом. В современных условиях веб-журналы, блоги, которые содержат отчеты туристов о путешествиях и обучении в других странах, многочисленные сайты в части онлайн-обзоров дестинации, где публикуются рейтинги и мнения об образовательных туристских услугах и образовательных учреждениях, стали важным средством выстраивания коммуникаций.

Следует говорить о наличии полноценного виртуального сообщества туристов, которые проходят обучения в других дестинациях и странах. И для СТВЦ подобные сообщества могут значительно расширить сервисную сферу сопровождения образовательных туристских услуг. Они связаны с продажами, развитием образовательных туристских услуг, формированием сети контрагентов СТВЦ, обеспечением качества информации, рациональностью построения каналов распространения информации. Фактически, можно сделать

вывод о том, что эффективное использование указанного инструмента, который обладает значительным потенциалом формирования доверия туристов, позволит оптимизировать уровень затрат, связанных с рекламным и PR сопровождением образовательных туруслуг.

В этих условиях блогинг – важное явление информационной среды в сфере услуг образовательного туризма, которое стало эффективным инструментом в части реализации мероприятий вирусного маркетинга. Блог представляет собой онлайн-пространство, создаваемое пользователем, при этом контент представляется в формате мнения, дневника, которые описывает события нахождения в дестинации и участия в программах в сфере услуг образовательного туризма, часто в порядке хронологии наступления основных событий. Блоги об участии в программах образовательного туризма являются стремительно растущей активностью и связаны с общей областью формирования пользовательского контента об образовательных туристских услугах дестинации. Они полезны для СТБЦ и его контрагентов, поставщиков услуг онлайн-рекламы образовательных туристских услуг.

Самым известным можно считать сегодня ресурсы онлайн-сервиса TravelBlog.org, позволяющие пользователям создать и обмяться блогами, которые связаны с путешествиями, в том числе с путешествиями в образовательных целях. В период 2018–2020 гг. TravelBlog.org объединил порядка 400 000 участников, разместил около 7 млн фотографий, 60 тыс. карт и 700 тыс. записей в различных блогах. В 2020 году ресурс ежемесячно посещали 520 тыс. человек.

Следует также учитывать, что Интернет-сообщества могут предоставить платформу в рамках веб-контента, который генерируется пользователями, посредством многочисленных форумов для путешественников, а также специальных групп, сформированных по интересам в части участия в программах в сфере услуг образовательного туризма. Подобные сайты сегодня очень популярны и среди туристов, и среди участников сферы услуг образовательного туризма. К подобным сайтам, которые поощряют размещение контента пользователей и привлекают внимание рекламодателей, следует отнести YouTube, MySpace, Flickr.

Еще раз нужно отметить, что личные фото в рамках поездок и комментарии по образовательным туристским услугам пользователей, по работе волонтеров, размещенные в блогах, в последние годы – самое популярное и влиятельное средство коммуникации. Для многих путешественников блоги стали авторитетными, заслуживающими максимальное доверие источниками информации об образовательных туристских услугах дестинации, нежели чем комплекс официальных сообщений.

Общественный контроль и аудит. Требуется повышение масштабов общественного контроля над качеством образовательных туристских ус-

луг и максимально возможное включение волонтеров в данные процессы. И сегодня важной формой общественного контроля над качеством образовательных туристских услуг может стать их профессионально-общественная аккредитация как в отечественных, так и в зарубежных профессиональных структурах.

С учетом ФЗ № 273, профессионально-общественная аккредитация – это признание уровня и качества подготовки выпускников, которые освоили образовательные программы применительно к конкретному образовательному учреждению. Профессионально-общественная аккредитация может быть реализована и в отношении программ в сфере услуг образовательного туризма. В ходе аккредитации будут проверяться соответствие программ образовательного туризма требованиям профессионального сообщества, рынка труда в отношении подготовленных специалистов, рабочих и служащих соответствующего профиля.

Профессионально-общественная аккредитация проводится профессиональным сообществом, соответственно, она проводится в интересах обучающихся, направлена на улучшение качества программ в сфере услуг образовательного туризма, связана с улучшением условий организации подготовки и сопровождения туристов. Самой распространенной формой проведения профессионально-общественной аккредитации выступает общественная экспертиза. В этом аспекте для повышения качества общественной экспертизы особенно важны волонтеры и их активности по выявлению экспертного мнения профессионального сообщества о реализуемых СТБЦ образовательных туристских услуг. Поэтому в планах развития образовательного туризма в дестинации стоит получение профессионально-общественной аккредитации основных реализуемых образовательных туристских услуг на национальном и международном уровнях.

Таким образом, были сформированы контуры программы, которые позволят разработать дорожную карту работ для СТБЦ на ближайший отчетный период (3–5 лет) в части обеспечения условия для развития сферы услуг образовательного туризма дестинаций России.

Литература

1. Официальный сайт ассоциации «Турпомощь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourpom.ru/page/o-turpomoschi> (дата обращения 15.04.2021).
2. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mkrf.ru> (дата обращения 25.04.2021).
3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму (Ростуризм) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru> (дата обращения 14.05.2021).

4. Methodological manual for tourism statistics. Version 1.2. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5923373/KS-RA-11-021-EN.PDF> (дата обращения 05.06.2021).

RECOMMENDATIONS FOR THE DEVELOPMENT OF A PROGRAM FOR THE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL TOURISM SERVICES BY MEANS OF A NETWORK TOURIST AND VOLUNTEER CENTER

Gamburg M.M.

State University of Management

In the context of the introduction of modern digital technologies, it is necessary to carry out activities to strengthen the role of the volunteer as a tourist manager in the development of educational tourism, in particular, through the use of a network management model. The decisive role in organizing the activities of volunteers in the field of educational tourism is assumed by the network tourist and volunteer center (STVC), the creation of which is planned in the region interested in the development of the considered field of activity.

The article reveals the main sections of the program for the development of educational tourism services by means of a network tourist and volunteer center. Aspects of modern factors of network efficiency growth are considered: creation of educational tourist services,

sale of educational tourist services, management in the field of educational tourism services, volunteer activity in the field of educational tourism services, service support (marketing, PR, insurance, transport), public control and audit. The formed contours of the program will allow us to develop a roadmap of work for the STC for the next reporting period (3–5 years) in terms of providing conditions for the development of the educational tourism services sector in Russian destinations.

Keywords: development program, volunteer activity, educational tourism, network tourist and volunteer center, development of the service sector.

References

1. Official website of the association "Tour Assistance" [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.tourpom.ru/page/o-turpomoschi> (15.04.2021).
2. Official website of the Ministry of Culture of the Russian Federation [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.mkrf.ru> (25.04.2021).
3. Official website of the Federal Agency for Tourism (Rosturizm) [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.russiatourism.ru> (14.05.2021).
4. Methodological guide on tourism statistics. Version 1.2. Luxembourg: Publishing House of the European Union, 2012. [Electronic resource]. – Access mode: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5923373/KS-RA-11-021-EN.PDF> (05.06.2021).