

## 7. Тиражирование практики в регионах России и странах мира



Практика «Волонтеры гостеприимства» является тиражируемой и поможет решать задачи формирования в тех странах и регионах, которые развивают потенциал туризма и находятся на этапе формирования туристской привлекательности, максимально вовлекая в решение этих задач молодежь, добровольцев, партнеров и активные местные сообщества.

В масштабах страны планируется тиражирование практики во всех регионах, заинтересованных в развитии волонтерства, внутреннего и въездного туризма и брендинга территории. Это позволит создать сообщество людей, которые формируют туристскую привлекательность регионов и страны в целом. В этой добровольческой деятельности будут формироваться ценности патриотизма и вовлеченность в развитие территории.

С учетом международной повестки инициативы «Волонтеры гостеприимства», основан бренд «WelcomeVolunteers». В 2020 году планируется расширение практики международного сотрудничества, проведения международных волонтерских обменов и волонтерского туризма, к движению «Волонтеры гостеприимства» присоединятся не менее 10 стран – партнеров. Это поможет странам и регионам сформировать центры притяжения для туристов и консолидировать добровольческие усилия на международной арене в соответствии с Целями устойчивого развития ООН.

В сентябре 2020 года запланирована Первая международная смена «Welcome Volunteers» для волонтеров гостеприимства из 10 стран – партнеров проекта - организация «Международного волонтерского лагеря «Welcome Volunteers».

В рамках реализации проекта «Международный волонтерский лагерь «Welcome Volunteers» планируется расширение международного охвата волонтерских сообществ (включая такие страны, как Корея, Швеция, Литва, Греция, Молдова, Португалия, Эстония, Беларусь, Индия, Япония и другие).

Основной площадки станут командообразование, обучение, разработка проектов и форматов работы волонтеров гостеприимства на основе обмена опытом и проведения мозговых штурмов и проектных сессий. Во

многих странах существуют волонтерские проекты по организации добровольных гидов, популяризации достопримечательностей и курортов, программы знакомства гостей с природными ландшафтами, приобщения к культурному наследию и традициям, созданию эко-троп и развитию экологического, сельского



туризма и благоустройству мест туристского интереса силами волонтеров. Многие волонтерские центры готовы делиться своими церемониалами гостеприимства и

практиками проведения атмосферных встреч и активностей, в том числе специализированных, например, для делегаций иностранных граждан, маломобильных туристов и отдыхающих с детьми.

Будет проведена работа над перспективой международных форматов проведения культурно-исторических квестов «Культурный Код», направленных на приобщение гостей к уникальным особенностям (культурным кодам), формирующим основу регионального брендинга территории. Дальнейшее



позиционирование волонтерами – участниками из разных стран привлекательного для путешественников и гостей образа своих территорий, в том числе - России и стран-партнеров откроют миру новые грани гостеприимства!

#### **8. Результативность практики по развитию добровольчества с сфере гостеприимства**

В составе количественных показателей имеют значение не только вовлеченность добровольцев в волонтерскую деятельность и количество добровольческих объединений, корпусов, проведенных ими мероприятий, количество проведенных обучающих программ для волонтеров. Важное значение имеют те показатели, которые измеряют вклад добровольцев в развитие индустрии гостеприимства на территории реализации практики. К ним относятся, например, количество гостей, туристов, которым оказана помощь, количество благоустроенных мест туристского интереса, добровольческих центров гостеприимства, уровень удовлетворенности туристов, количество отраслевых партнеров и совместных мероприятий и т.д. (Таблицы 1, 2).

Таблица 1. Примерные количественные показатели (крі) реализации проекта в регионе

№	Показатель
1.	Количество мест туристского интереса в регионе (курортные парки, достопримечательности), охваченных волонтерской помощью
2.	Пункты прибытия туристов, отдыхающих, охваченные волонтерской помощью
3.	Вовлечение волонтеров, чел.: - В совместных мероприятиях (волонтеры медики, волонтеры в сфере культуры, городской среды, инклюзии, медиа волонтеры, экологические, серебряные волонтеры) - Волонтеры гостеприимства
4.	Подготовка организаторов добровольчества в сфере гостеприимства, лидеров команд и проектов, чел.
5.	Количество молодежных и волонтерских проектов в сфере гостеприимства, туризма
6.	Количество волонтерских корпусов и в местах туристского интереса и пунктах прибытия (численность корпуса – от 20 до 150 чел.)
7.	Количество добровольческих центров гостеприимства

8.	Количество партнеров и потенциальных работодателей в сфере гостеприимства для будущего трудоустройства молодежи после волонтерских практик
9.	Количество центров компетенций по разработке программ обучения и подготовке волонтеров
10.	Количество благополучателей, всего, чел, в т.ч. – по категориям

Таблица 2. Результаты реализации практики в регионе

<p><b>1. Количественные результаты</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Туристы и гости, которые получают помощь волонтеров – не менее 20%</li> <li>• Туристы, которые лучше информированы о возможностях – 30%</li> <li>• Участники международных событий, где организована работа волонтеров гостеприимства – не менее 10%</li> <li>• Создание волонтерских корпусов (не менее 5 корпусов по 20 человек) и добровольческого центра гостеприимства (20 человек)</li> <li>• Количество партнеров и работодателей – 20, количество соглашений о сотрудничестве - 10</li> </ul> <p><b>2. Качественные результаты</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• формирование дружественных отношений, развитие обмена опытом и сотрудничества между молодежными и добровольческими сообществами стран – партнеров проекта;</li> <li>• развитие новых активных форм приобщения туристов к традициям, культурно-историческому наследию, уникальным природным и рукотворным достопримечательностям, реализуемых волонтерами;</li> <li>• выявление, обобщение и трансляция силами волонтеров уникальных особенностей своих стран и регионов, создающих основу регионального брендинга и привлекательного туристического имиджа регионов и стран.</li> <li>• создание атмосферы сопричастности граждан к развитию туризма в своих регионах, и странах;</li> <li>• поддержка добровольческих усилий, проектов и практик по созданию радушной и гостеприимной атмосферы в регионах и странах, в том числе, силами молодежи.</li> </ul>
---



### Список литературных и Интернет-источников

1. Зеер, Э. Ф. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход [Текст]: учеб. пособие / Э. Ф. Зеер, А. М. Павлова, Э. Э. Сыманюк. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2005. – 216 с.
2. Кокшарова, Н. М. Ключевые компетенции будущего специалиста в области туризма с точки зрения работодателей г. Читы.  
URL: [http://www.rusnauka.com/22\\_NIOBG\\_2007/Economics/24907.doc.htm](http://www.rusnauka.com/22_NIOBG_2007/Economics/24907.doc.htm).
3. Романова, С. Е. 99 популярных профессий [Текст]: психологический анализ и профессиограммы / С. Е. Романова. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.: ил.
4. Сатармина, С. Турбизнес – образование необходимо [Текст] / С. Сатармина // Обучение & карьера. - № 10, 2006.
5. URL: [https://studme.org/49436/marketing/brending\\_territoriy](https://studme.org/49436/marketing/brending_territoriy)
6. URL: [https://studme.org/217660/psihologiya/vvedenie\\_trening\\_mezhkulturnogo\\_vzaimodeystviya#gads\\_btm](https://studme.org/217660/psihologiya/vvedenie_trening_mezhkulturnogo_vzaimodeystviya#gads_btm)