

Оригинальная статья  
Original article

УДК 331.08

DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-1-0-6

Уткина О. Н.

**Управление качеством подготовки кадров для индустрии  
туризма посредством искусственного интеллекта**

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»,  
Лермонтовский пр., 44, лит. А, Санкт-Петербург 190103, Россия  
e-mail: [o.utkina@spbacu.ru](mailto:o.utkina@spbacu.ru)

*Статья поступила 15 декабря 2022 г.; принята 20 января 2023 г.;  
опубликована 31 марта 2023 г.*

**Аннотация.** Одним из приоритетных индикаторов устойчивого развития является качественное управление компанией, которое включает в себя внедрение инноваций в сферу управления уровнем профессиональных компетенций кадров. Анализ аналитических отчетов и статистических данных показал наличие проблем в области кадрового обеспечения предприятий туризма, при этом профессионалы-практики фиксируют только начальные шаги в построении эффективной модели подготовки конкурентоспособного специалиста в условиях цифровой экономики. Целью данной работы является исследование современного подхода к управлению качеством подготовки профессиональных кадров для предприятий индустрии туризма в условиях цифровой экономики. Для достижения поставленной цели в качестве информационно-эмпирической базы материалов использовались законодательные акты нашей страны, федеральные и региональные стратегии и целевые программы, статистические данные, материалы научно-практических конференций. Использовались методы сравнительного анализа, обобщения информации. В качестве теоретической базы автором рассмотрены представления о формировании цифровой системы управления персоналом, проанализированы требования профессиональных стандартов и работодателей, разработан опросник получения обратной связи от гостя гостиницы для последующей его реализации с помощью It-технологий. В статье обоснована необходимость использования предприятиями туризма искусственного интеллекта как инструмента повышения результативности цифровых маркетинговых мероприятий.

**Ключевые слова:** цифровая экономика; управление профессиональной подготовкой кадров; предприятия индустрии туризма; искусственный интеллект; чат-бот

**Для цитирования:** Уткина О. Н. Управление качеством подготовки кадров для индустрии туризма посредством искусственного интеллекта // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. 9 (1). С. 67-78. DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-1-0-6

UDC 331.08

Oksana N. Utkina

**Quality management of training for the tourism industry through artificial intelligence**

Private educational establishment of higher education  
“Saint-Petersburg University of Management Technologies and Economics”,  
44, lit. A, Lermontovsky Prospekt, St. Petersburg 190103, Russia  
*e-mail: o.utkina@spbacu.ru*

**Abstract.** One of the priority indicators of sustainable development is high-quality company management, which includes the introduction of innovations in the sphere of management of the level of professional competence of staff. Analysis of analytical reports and statistical data showed the existence of problems in the field of staffing of tourism enterprises, with professional practitioners record only the initial steps in building an effective model for the training of a competitive specialist in the digital economy. The purpose of this paper is to investigate the modern approach to managing the quality of professional training for the tourism industry in the digital economy. To achieve the goal, the information and empirical base of materials used were the legislative acts of our country, federal and regional strategies and target programs, statistics, materials of scientific and practical conferences. Methods of comparative analysis, generalization of information were used. As a theoretical basis, the author considered the notion of forming a digital human resource management system, analyzed the requirements of professional standards and employers, developed a questionnaire to obtain feedback from the hotel guest for its subsequent implementation with the help of It-technology. The article substantiates the need for tourism enterprises to use artificial intelligence as a tool to improve the effectiveness of digital marketing activities.

**Keywords:** digital economy; professional training management; tourism industry enterprises; artificial intelligence; chat-bot

**For citation:** Utkina. O. N. (2023), “Quality management of training for the tourism industry through artificial intelligence”, *Research Result. Business and Service Technologies*, 9 (1), pp. 67-78, DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-1-0-6

**Введение (Introduction).** Возможный современный подход по управлению повышением качества подготовки профессиональных кадров для предприятий индустрии туризма на примере сотрудничества образовательных организаций и предприятий индустрии туризма представлен в выпускной аттестационной работе, выполнение которой осуществлялось в рамках обучения по программе подготовки управленческих кадров «Менеджер высшей квалификации», на тему «Управление развитием сферы услуг молодёжного образовательного туризма в области подготовки кадров для индустрии туризма в Санкт-

Петербурге (на примере института гуманитарных и социальных наук СПбУ-ТУиЭ)». В работе приведены две модели управления развитием сферы услуг молодёжного образовательного туризма в области подготовки кадров для индустрии туризма при образовательных организациях Санкт-Петербурга и в Санкт-Петербурге в целом (Уткина, 2022а, 2022б). Основная идея: интеграция использования ресурсов образовательных организаций и предприятий индустрии туризма за счет организации четкой координации их взаимодействия (рис. 1).



**Рис. 1. Взаимодействие образовательных организаций и предприятий индустрии туризма**

**Fig. 1. Interaction of educational organizations and tourism industry enterprises**

В рамках работы было проведено исследование о состоянии сферы услуг молодёжного образовательного туризма в области кадрового обеспечения. Результаты показали, что в Санкт-Петербурге успешно функционируют образовательные организации высшего и среднего профессионального образования, а также предприятия индустрии туризма (Воронцова, 2021). Вместе с тем на предприятиях индустрии туризма отмечается недостаточное количество квалифицированных кадров, фиксируется слабая профессиональная подготовка линейного персонала, регистрируются жалобы туристов на низкое качество обслуживания на туристских объектах (Бухарова, 2022; Delovoy profil, 2022; Соболев, 2022). При этом «гостиничный бизнес в Российской Федерации находится на начальном этапе формирования и построения эффективной модели подготовки конкурентоспособного специалиста» (Семенова, 2020: 49).

Одним из способов решения проблемы по обеспечению актуального уровня подготовки профессиональных кадров, соответствующего современным потребностям общества, является обновление под-

ходов по управлению непрерывной подготовкой профессиональных кадров на основе повышения эффективности сотрудничества образовательных организаций и предприятий индустрии туризма.

Система взаимодействия образовательных организаций и предприятий индустрии туризма сложилась уже давно и хорошо себя зарекомендовала. Образовательные организации среднего и высшего профессионального образования готовят для предприятий профессиональные кадры, руководствуясь требованиями ФГОС, Профессиональными стандартами, потребностями работодателей в соответствующих компетенциях. В свою очередь, на предприятиях индустрии туризма студенты проходят практику, стажировку и в дальнейшем трудоустраиваются. Но и здесь взаимодействие не заканчивается: в зависимости от потребностей работодателей профессиональные кадры имеют возможность регулярно повышать свою квалификацию и проходить переподготовку по новым специальностям или профессиям, воспользовавшись своим правом «на образование в течение всей жизни (непрерывное образование)» (273-ФЗ «Об обра-

зовании РФ» п.2 статьи 10 «Структура системы образования») (Федеральный закон, 2012). Обучение проходит в образователь-

ных организациях при обязательном взаимодействии с предприятиями партнёров-работодателей.

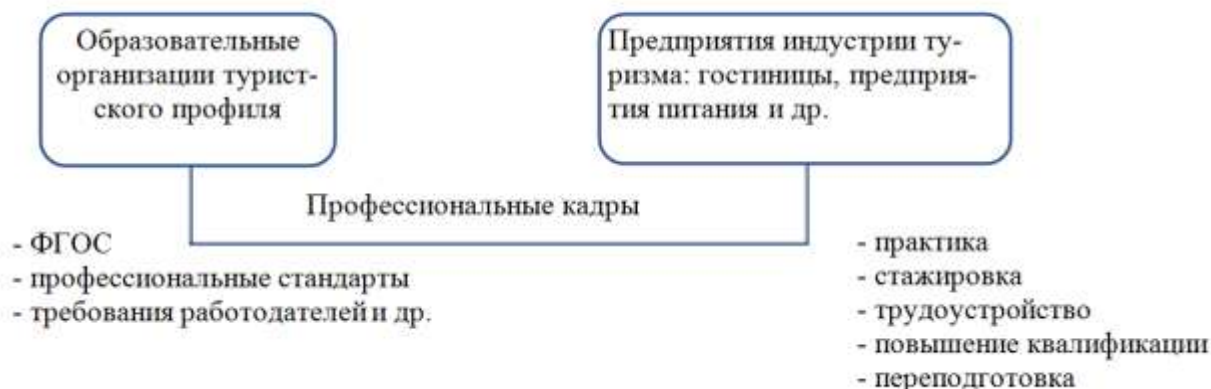


Рис. 2. Подготовка кадров для предприятий

Fig. 2. Training of personnel for enterprises

Слабым моментом в данном взаимодействии в ряде случаев остается получение качественной обратной связи от предприятий-работодателей об уровне подготовленности обучающихся или выпускников образовательных организаций. Зачастую по результатам прохождения практики обучающимися образовательные организации получают достаточно формальный отзыв: студент прибыл, работал, за время практики выполнил такую-то работу, в целом выполнил порученную работу на такую-то оценку, убыл. Подобного рода отчет не позволяет получить информацию о качестве формируемых у обучающихся компетенций, отработка которых должна была происходить во время практики. Но возлагать решение этой задачи полностью на работодателя – значит обременять его дополнительной работой.

Кроме того, для образовательных организаций в контексте подготовки квалифицированных кадров важным является получение обратной связи от непосредственных потребителей услуг. Однако подобную обратную связь образовательные организации в подавляющем большинстве не получают.

В целях повышения качества подготовки специалистов предприятий индустрии туризма необходимо разрабатывать

современные подходы к получению оперативной обратной связи от потребителей услуг, а также сотрудников этих предприятий о компетенциях обучающихся и выпускников образовательных организаций, проходящих практику или устроившихся на работу на эти предприятия.

**Цель исследования (The aim of the work)** – исследование современного подхода к управлению качеством подготовки профессиональных кадров для предприятий индустрии туризма для обеспечения их конкурентоспособности в условиях цифровой экономики.

**Материалы и методы исследования (Materials and methods).** В качестве информационно-эмпирической базы материалов исследования использовались законодательные акты РФ, федеральные и региональные стратегии и целевые программы, статистические данные, материалы научно-практических конференций и данные аналитических отчетов отечественных ученых по проблемам изучения механизмов управления в области туризма и цифровизации экономики. Исследование осуществлялось с помощью общенаучных методов исследования, таких как сравнительный анализ, синтез информации, обобщение теоретических и практических положений, представленных на официальных сайтах и в научной литературе.

**Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion).** А. М. Патрусова совершенно справедливо отмечает, что «построение цифровой системы управления персоналом предполагает изучение лучших практик и подходов к реализации функций системы управления персоналом и применение новых цифровых инструментов, обеспечивая новый уровень функционирования системы управления персоналом» (Патрусова, 2021:81).

Современная цифровая экономика широко использует цифровые технологии. Так, например, в индустрии услуг в последнее время все большую популярность получает применение искусственного интеллекта в сфере подбора персонала (Крылова, 2022). «Цифровой маркетинг призван способствовать налаживанию постоянных партнерских взаимоотношений с клиентами» (Грудистова, 2020: 49-50), получению оперативной обратной связи о степени удовлетворенности потребностей клиентов. При этом возрастает роль различных ботов на основе искусственного интеллекта как инструментов коммуникации.

Рассмотрим способ получения оперативной обратной связи о компетенциях обучающихся или выпускников на примере взаимодействия образовательной организации и предприятия индустрии туризма – гостиницы.

В целом, если рассматривать укрупненно, среди персонала гостиницы выделяют следующие основные категории работников:

- работники по приему и размещению гостей: администратор, портье, кассиры, швейцар, подносчики багажа, посыльные, коридорные (дежурный по этажу), консьержи (Справочник кодов общероссийских классификаторов, 2022а);
- горничные (Справочник кодов общероссийских классификаторов, 2022б);
- повара (Справочник кодов общероссийских классификаторов, 2022в) и др.

Как театр начинается с вешалки, так и гостиницу предлагаем рассмотреть с сотрудника, который первый встречает гос-

тей – с администратора (поскольку не во всех гостиницах есть швейцар).

Профессиональный стандарт и анализ требований работодателей в вакансиях на различных сайтах трудоустройств показали необходимость наличия у работника следующих компетенций или трудовых действий при работе с гостями:

- встреча и размещение гостей отеля;
- приём телефонных звонков, обработка брони;
- работа с кассой, банковским терминалом;
- составление отчетной документации;
- контроль и координирование деятельности персонала;
- контроль чистоты помещений отеля;
- решение конфликтных ситуаций.

Функцию по информированию гостей о возможностях и услугах гостиницы в современном информационном мире целесообразно переложить на IT-технологии. Также информационные технологии помогут оперативно получать или передавать актуальную информацию по запросу пользователя, обеспечивать возможность ее быстрой корректировки, способствовать обеспечению более комфортных условий для гостей в случае отказа от услуги без необходимости установления личного контакта с работниками гостиницы и многое другое.

Для получения обратной связи от гостей об уровне квалификации администратора гостиницы и качестве предоставляемых услуг можно использовать анкеты или опросники. Например, опросник о процедуре регистрации как о первом впечатлении гостя при взаимодействии с персоналом гостиницы.

Заметим, что для составления подобного рода опросников целесообразно провести исследования по выявлению оптимальных условий для получения качественной обратной связи: через какой промежуток времени (не ранее, не позднее) возможно получить наиболее достоверную

оценку о работе администратора гостиницы с учетом различных факторов гостя – возрастная группа, гендерный признак, этническая принадлежность и прочее.

На основе требований профессионального стандарта и вакансий нами был разработан опросник. Среди требований к нему предъявлялись: наличие не более 3-4 вопросов, максимально однотипная и простая процедура ответов. Вопросы содержат оценку компетенций администратора гостиницы, которые он проявил при регистрации гостей, оценку длительности регистрации, а также персональную оценку работы администратора в целом.

Не вызывает сомнения тот факт, что опросник следует организовать с помощью ИТ-технологий. Было принято решение использовать кроссплатформенную систему мгновенного обмена сообщениями Telegram. QR-код опросника, например, можно установить на стойке регистрации, и предложить гостю пройти опрос по окончании регистрации.

Безусловно, нельзя забывать, что любое изучение мнений гостей следует осуществлять с учетом границ дозволенного. Полностью поддерживаем Е. Г. Грудистову, что «только нужная клиенту и фирме информация в нужное обеим сторонам время и место» должна подлежать изучению (Грудистова, 2020: 52).

В целом, в качестве основного чата гостиницы целесообразно предлагать общий чат – группу, где все гости гостиницы могут вести беседу между собой, а ответы на частные вопросы непосредственно к работникам гостиницы перевести в личные сообщения каждого гостя. Так, в общем чате гостей гостиницы могут быть организованы:

- переписка гостей между собой;
- предоставление анонса новых услуг, при этом более подробную информацию давать в личных чатах;
- различные викторины и конкурсы для всех гостей;
- модерирование цензуры.

В личном чате общение с гостем гостиницы будет поддерживать бот. Последний способен давать информацию, а также ответы на наиболее часто задаваемые вопросы, например, о графике работы сотрудников гостиницы, предлагаемых услугах гостиницы; поможет вызвать обслуживающий персонал для оказания услуги и проч. Именно в личном чате целесообразно организовать проведение индивидуальных опросов о качестве предоставляемых услуг. Все ответы фиксируются и заносятся в базу данных. Затем полученные данные могут быть обработаны и классифицированы по различным основаниям. Для организации наиболее корректной работы с гостем гостиницы при старте работы с ботом следует запросить у гостя номер, в который он заселился. Сообщая свой номер комнаты, гость выражает готовность к получению информации в личном чате.

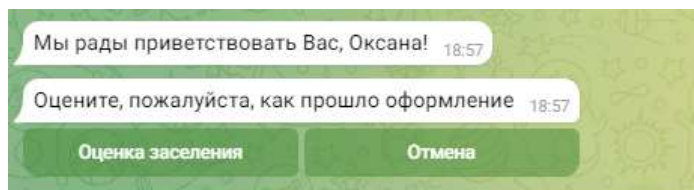
Итак, главная задача входного опроса – это оперативный сбор информации о первом контакте с администратором. Если первое впечатление оказалось «обманчивым» по каким-то внешним неблагоприятным факторам, независящим от гостиницы, и гость впоследствии поменял свое отношение, это может быть зафиксировано с помощью выходного опроса. Сопоставление отзывов, которые гости оставляют в начале своего пребывания в гостинице и по окончании, поможет составить цельную картину и, при необходимости, скорректировать негативные факторы, а также наметить дальнейшие пути к повышению качества обслуживания и предоставления услуг.

Для начала работы с ботом в общем чате необходимо набрать команду «/старт» или «/start». Если это первое обращение к боту, гостю будет предложено написать боту в личные сообщения (рис. 3).

После клика по указанному адресу, гостю предлагается пройти опрос и выразить свое отношение к процессу заселения в гостиницу (рис. 4).



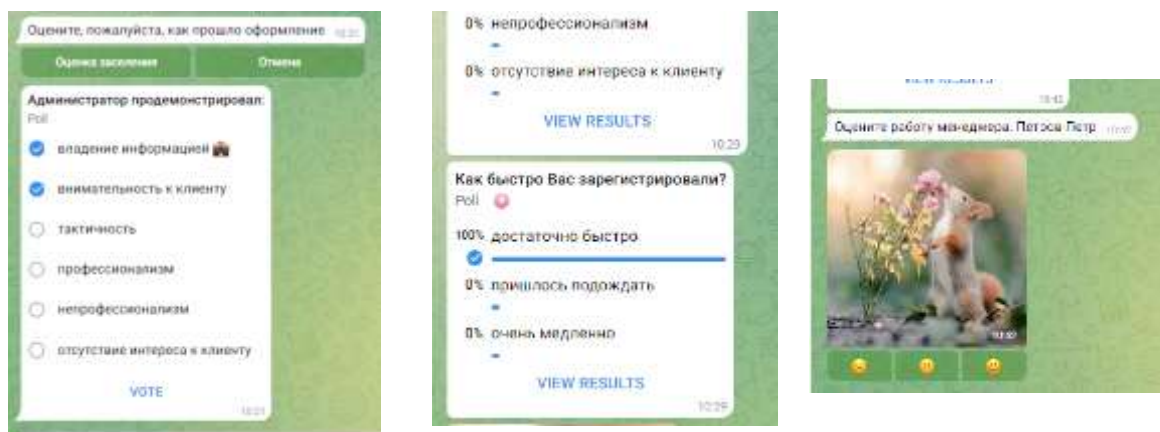
**Рис. 3. Приглашение написать боту в личные сообщения**  
**Fig. 3. Invitation to write to the bot in private messages**



**Рис. 4. Приглашение к опросу**  
**Fig. 4. Invitation to the survey**

Если гость готов выразить свое мнение, ему нужно выбрать кнопку «Оценка заселения». После этого гостю последова-

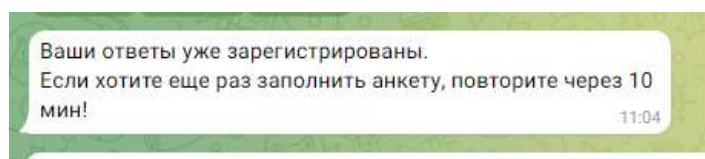
тельно будут предложены три вопроса (рис. 5). *Примечание:* на рисунке лишь для примера изображено фото животного.



**Рис. 5. Вопросы анкеты**  
**Fig. 5. Questions of worksheet**

Если гость захочет еще раз выразить свое мнение и пройти опрос повторно, он может это сделать, набрав команду

«/feedback» не ранее чем через 10 минут после предыдущих ответов (рис. 6).

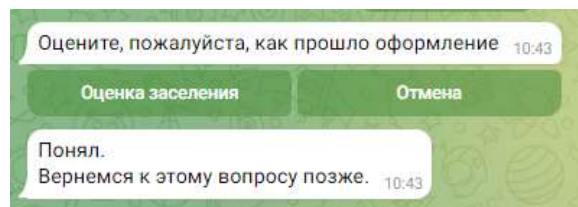


**Рис. 6. Оповещение о возможности повторного прохождения опроса**  
**Fig. 6. Notification about the possibility of re-passing the survey**

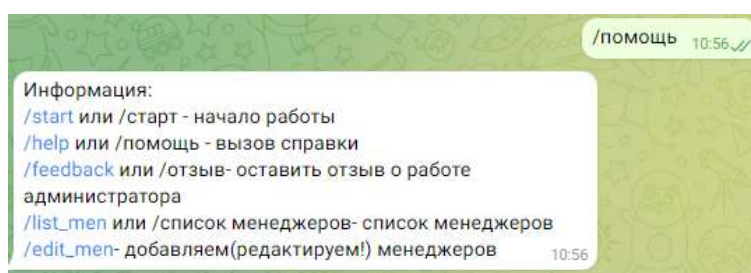
Гость имеет возможность отказаться от прохождения опроса или отложить его прохождение на более позднее время. Для этого ему достаточно выбрать кнопку

«Отмена» (рис. 7).

Описание возможностей бота гость может увидеть, набрав команду «/помощь» или «/help» (рис.8).



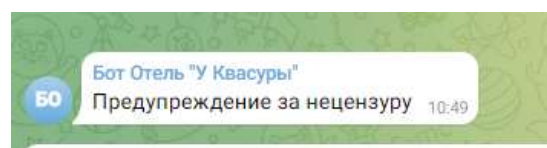
**Рис. 7. Отмена прохождения опроса в данный момент времени**  
**Fig. 7. Cancellation of the survey at a given time**



**Рис. 8. Описание возможностей бота**  
**Fig. 8. Description of the bot's capabilities**

Считаем немаловажным дать боту возможность вести диалог, то есть подключить искусственный интеллект, а так-

же модерировать чат на наличие в нем нецензурных выражений (рис. 9).



**Рис. 9. Модерирование диалога с гостем**  
**Fig. 9. Moderating the dialogue with the guest**

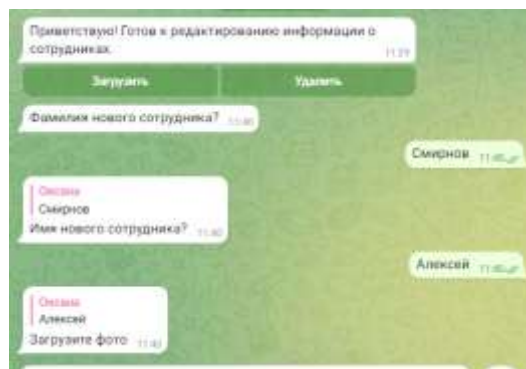
Для удобства работы с данными необходимо предусмотреть возможность оперативного добавления новых администраторов гостиницы, а также их удаления, когда сотрудник заканчивает свою трудовую деятельность в гостинице. Чтобы просмотреть всех администраторов, которые работают в гостинице, достаточно набрать

команду «/list\_men».

Добавлять новых администраторов гостиницы имеют возможность только администраторы общего чата по команде «/edit\_men» (рис. 10).

Если же необходимо удалить администратора, следует выбрать кнопку «удалить» (рис. 10).





**Рис. 10. Добавление администраторов гостиницы**  
**Fig. 10. Adding hotel administrators**

Вся получаемая информация фиксируется в базе данных с возможностью ее последующего анализа по любому основанию классификации.

Конечно, подобного рода опросники могут использоваться и для оценки работы других сотрудников гостиницы, а также для оценки качества предоставляемых услуг: уборка в номерах, питание и другие.

Боту можно заложить функцию по оповещению гостей о графиках работы персонала гостиницы, о графиках работы соседних с гостиницей магазинов, центров, кафе и проч.

Заметим, что получение подобным способом обратной связи от гостей гостиницы несомненно будет представлять интерес не только для самой гостиницы, но и для образовательных организаций, которые направляют на предприятия своих студентов для прохождения практики, а также для оценки сформированных компетенций у выпускников образовательных организаций, устроившихся туда работать. И не важно, что в качестве примера мы рассмотрели должность специалиста на уровне среднего профессионального образования. Все это будет справедливо и для специалистов с высшим образованием.

Полученная в результате опроса обратная связь позволяет образовательной организации лучше понять, какие компетенции осваиваются студентами в достаточной мере, а на какие необходимо обратить дополнительное внимание. Возможно, для повышения качества подготовки спе-

циалистов потребуется скорректировать содержание отдельных тем дисциплин образовательных программ или изменить методику подачи учебного материала.

Подобного рода взаимодействие образовательных организаций и предприятий индустрии туризма (мы рассмотрели на примере гостиницы) не предполагает никакой дополнительной нагрузки на сотрудников этих предприятий, каждый занят своим профессиональным делом.

Организационную работу по разработке и внедрению таких опросников практически полностью могут выполнить студенты образовательных организаций. Так, например, в институте гуманитарных и социальных наук СПбУТУиЭ обучаются студенты по направлениям подготовки 43.03.02 Туризм, 43.03.01 Сервис, 43.03.03 Гостиничное дело, 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.03.05 Медиакоммуникации, 37.03.01 Психология. Среди профессиональных компетенций для разработки опросников можно выделить:

*направление 43.03.02 Туризм:*

- способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме;

- способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий;

- способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспече-

нию процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов;

*направление 43.03.01 Сервис:*

- готовность к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;

- способность выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности;

- готовность к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов;

*направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:*

- готовность к использованию современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности;

- готовность к выполнению функций по организации и управлению процессами создания и редактирования контента с учетом специфики онлайн-каналов массовых коммуникаций, типов массовых коммуникаций и потребностей медиа-рынка;

- готовность к использованию основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций, в том числе с применением современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций;

*направление 42.03.05 Медиакоммуникации:*

- способность использовать информационные технологии для организации взаимодействия между участниками творческих коллективов и иных структур, учета их деятельности и формирования сопроводительной документации;

- способность создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах;

*направление 37.03.01 Психология:*

- способность к отбору и применению психодиагностических методик, адекватных целям, ситуации и контингенту респондентов с последующей математико-статистической обработкой данных и их интерпретацией;

- способность к выявлению специфики психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам;

- способность к реализации базовых процедур анализа проблем человека, социализации индивида, профессиональной и образовательной деятельности, функционирования людей с ограниченными возможностями.

Студенты могут самостоятельно провести исследования потребностей предприятий индустрии туризма и туристов, составить различного рода опросники, разработать дизайн опросников, наполнить чат-бот требуемой информацией, провести анализ и систематизацию полученных от туристов данных в контексте конкретного предприятия индустрии туризма.

**Заключение (Conclusion).** Применение искусственного интеллекта позволяет получить оперативную и качественную обратную связь о профессиональном уровне сотрудников предприятий. Полученная информация позволит сформировать системный подход к управлению повышением качества подготовки профессиональных кадров для предприятий индустрии туризма. В работе представлен лишь эпизод возможного взаимодействия образовательных организаций и предприятий индустрии туризма с применением ИТ-технологий глобальной модели подготовки конкурентоспособного специалиста.

**Информация о конфликте интересов:** автор не имеет конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of interest:** the author have no conflict of interests to declare.

### Список литературы

Об образовании в Российской Федерации: федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 02.07.2021 № 351-ФЗ). URL: <https://duma.consultant.ru/documents/1646176?items=100> (дата обращения: 14.12.2022).

Бухарова О., Никитина И. Валерий Фальков: В России растёт дефицит кадров для сферы туризма. URL: <https://rg.ru/2021/06/24/valerij-falkov-v-rossii-rastet-deficit-kadrov-dlia-sfery-turizma.html> // Российская газета (дата обращения: 14.12.2022).

Грудистова Е. Г. Цифровой маркетинг в сфере сервиса и туризма как инструмент развития цифровой экономики // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 6. № 1. 2020. С. 45-54.

Крылова Д. В., Максименко А. А. Роль искусственного интеллекта в антикоррупционном рекрутинге // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. № 8 (2). С. 94-107.

Левинская А., Сухорукова Е., Фёдорова Н. Эксперты HeadHunter назвали отрасли с максимальным дефицитом персонала // Газета. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2021/09/30/6152dec19a7947918db291ff> (дата обращения: 14.12.2022).

Образовательный туризм в Санкт-Петербурге. Вклад в развитие образовательного кластера и туристской сферы города / Воронцова Е. И., Губин С. В., Гундлах В. В., Липецкая М. С., Матвеев Е. А., Мулюкина С. И., Пургин А. С., Снисаренко Ю. А., Тибина Е. Ю., Тихомирова А. М., Холоднова Е. М. // Выпуск 2. Экспертно-аналитические доклады о развитии современного города. Санкт-Петербург. Ред. Княгинин В.Н. и др. Политех-пресс, 2021. – 54 с.

Патрусова А. М. Управление персоналом в условиях развития цифровой экономики // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 8. № 3. 2021. С. 71-83.

Профстандарт: 33.011 Повар // Справочник кодов общероссийских классификаторов. URL: <https://classinform.ru/profstandarty/33.011-povar.html?ysclid=l7d3gfi97o836736654> (дата обращения: 14.12.2022).

Профстандарт: 33.021 Горничная // Справочник кодов общероссийских классификаторов. URL: <https://classinform.ru/profstandarty/33.021-gornichnaia.html> (дата обращения: 14.12.2022).

Профстандарт: 33.022 Работник по приему и размещению гостей // Справочник кодов общероссийских классификаторов. URL: <https://classinform.ru/profstandarty/33.022-rabotneyk-po-priemu-i-razmeshcheniiu-gostei.html> (дата обращения: 14.12.2022).

Российский рынок туризма в 2021 году: обзор ситуации в отрасли от экспертов практики Управленческого консалтинга // Delovoy profil. URL: <https://delprof.ru/press-center/company-news/rossiyskiy-rynok-turizma-v-2021-godu-obzor-situatsii-v-otrasli-ot-ekspertov-praktiki-upravlencheskog/>, свободный (дата обращения 14.12.2022)

Семенова Л.В. Развитие практико-ориентированного обучения: исследование индустрии гостеприимства // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 5. № 2. 2020. С. 78-86

Соболь М. Рестораторы жалуются на кадровый голод // Газета. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2021/05/14/13593056.shtml> (дата обращения: 14.12.2022).

Уткина О. Н. Особенности управления развитием сферы услуг молодежного образовательного туризма в области подготовки кадров для индустрии туризма // Экономика и управление. 2022. Т. 28. № 5. С. 479–490. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-5-479-490>.

Уткина О.Н. Управление подготовкой кадров для сферы услуг молодежного образовательного туризма // Экономика и управление. 2022. Т. 28. № 4. С. 377-387. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-4-377-387>.

### References

Buharova, O., Nikitina, I. (2021), “Fal'kov Valerij: V Rossii rastet deficit kadrov dlja sfery turizma”, *Rossijskaja gazeta*, [Online], available at: <https://rg.ru/2021/06/24/valerij-falkov-v-rossii-rastet-deficit-kadrov-dlia-sfery-turizma.html> (Accessed 14.12.2022). (In Russ).

Grudistova, E. G. (2020), “Cifrovoy marketing v sfere servisa i turizma kak instrument razvitija cifrovoy jekonomiki”, *Nauchnyj rezul'tat. Tehnologii biznesa i servisa*, Т. 6, 1, 2020, pp. 45-54. (In Russ).

Krylova, D. V. and Maksimenko, A. A. (2022), “The role of artificial intelligence in anti-corruption recruiting”, *Research Result. Business and Service Technologies*, 8 (2), pp. 94-107. (In Russ).

Levinskaja, A., Suhorukova, E. and Fjodorova, N. (2021), “Jeksperty HeadHunter nazvali

otrasli s maksimal'nym deficitom personala", *Gazeta*, [Online], available at: <https://www.rbc.ru/newspaper/2021/09/30/6152dec19a7947918db291ff> (Accessed 14.12.2022). (In Russ).

"Ob obrazovanii v Rossijskoj Federacii: federal'nyj zakon ot 29.12.2012 № 273-FZ" (red. ot 02.07.2021 № 351-FZ), [Online], available at: <https://duma.consultant.ru/documents/1646176?items=100> (Accessed 14.12.2022). (In Russ).

Voroncova, E. I., Gubin, S. V., Gundlah, V. V., Lipeckaja, M. S., Matveev, E. A., Muljukina, S. I., Purgin, A. S., Snisarenko, Ju. A., Tibina, E. Ju., Tihomirova, A. M. and Holodnova, E. M. (2021), "Obrazovatel'nyj turizm v Sankt-Peterburge. Vklad v razvitie obrazovatel'nogo klastera i turistskoj sfery goroda", *Jekspertno-analiticheskie doklady o razvitii sovremennogo goroda*, 54 p. (In Russ).

Patrusova, A. M. (2021), "Upravlenie personalom v uslovijah razvitija cifrovoj jekonomiki", *Nauchnyj rezul'tat. Tehnologii biznesa i servisa*, T. 8, 3, pp. 71-83. (In Russ).

"Profstandart: 33.011 Povar", *Spravochnik kodov obshherossijskih klassifikatorov*, [Online], available at: <https://classinform.ru/profstandarty/33.011-povar.html?ysclid=17d3gfi97o836736654> (Accessed 14.12.2022). (In Russ).

"Profstandart: 33.021 Gornichnaja", *Spravochnik kodov obshherossijskih klassifikatorov*, [Online], available at: <https://classinform.ru/profstandarty/33.021-gornichnaia.html> (Accessed 14.12.2022). (In Russ).

"Profstandart: 33.022 Rabotnik po priemu i razmeshheniju gostej", *Spravochnik kodov obshherossijskih klassifikatorov*, [Online], available at:

<https://classinform.ru/profstandarty/33.022-rabotneyk-po-priemu-i-razmeshcheniiu-gostei.html> (Accessed 14.12.2022). (In Russ).

"Rossijskij rynek turizma v 2021 godu: obzor situacii v otrasli ot jekspertov praktiki Upravlencheskogo konsaltinga" (2021), *Delovoy profil*, [Online], available at: <https://delprof.ru/press-center/company-news/rossiyskiy-rynok-turizma-v-2021-godu-obzor-situatsii-v-otrasli-ot-ekspertov-praktiki-upravlencheskog/> (Accessed 14.12.2022). (In Russ).

Semenova, L.V. (2020), "Razvitie praktikoorientirovannogo obuchenija: issledovanie industrii gostepriimstva", *Nauchnyj rezul'tat. Tehnologii biznesa i servisa*, T. 5, 2, pp. 78-86. (In Russ).

Sobol', M. (2021), "Restoratory zhalujutsja na kadrovyj golod", *Gazeta*, [Online], available at:

<https://www.gazeta.ru/business/2021/05/14/13593056.shtml> (Accessed 14.12.2022). (In Russ).

Utkina, O. N. (2022), "Osobennosti upravlenija razvitiem sfery uslug molodezhnogo obrazovatel'nogo turizma v oblasti podgotovki kadrov dlja industrii turizma", *Jekonomika i upravlenie*, T. 28, 5, pp. 479-490. (In Russ).

Utkina, O.N. (2022), "Upravlenie podgotovkoj kadrov dlja sfery uslug molodjozhnogo obrazovatel'nogo turizma", *Jekonomika i upravlenie*, T. 28, 4, pp. 377-387. (In Russ).

#### Данные об авторе

**Уткина Оксана Николаевна**, директор института гуманитарных и социальных наук, кандидат педагогических наук, доцент

#### Information about the author

**Oksana N. Utkina**, Director of the institute of humanities and social sciences, Ph.D. in Pedagogy, Associate Professor