

Кадры для туризма: от сферы услуг к индустрии счастья



ЭКСПЕРТНЫЙ
АНАЛИТИЧЕСКИЙ
ДОКЛАД



национальные
ПРИОРИТЕТЫ



СОДЕРЖАНИЕ

РЕЗЮМЕ ДОКЛАДА	3
ВВЕДЕНИЕ	5
1. Как развивается внутренний туризм в России	7
• Рост спроса и предложения	8
• Трансформация сферы туризма в индустрию счастья	12
• Оценка кадрового дефицита в контексте развития индустрии	13
2. Как повысить престиж индустрии гостеприимства	15
• Образ и миссия индустрии счастья.....	16
• Способы повышения престижа сферы туризма	18
3. Как обучать специалистов для обновленной индустрии	20
• Система образования в индустрии туризма и гостеприимства: текущая ситуация	21
• Востребованные компетенции в сфере туризма	23
• Практико-ориентированная подготовка студентов	25
• Актуализация знаний и переподготовка специалистов	29
4. Как мотивировать и сохранять сотрудников в индустрии.....	31
• Общие инструменты преодоления дефицита кадров.....	32
• Сохранение выпускников в индустрии	35
5. Как получить синергетический эффект от взаимодействия бизнеса, государства и образования в создании «индустрии счастья».....	36
ЭКСПЕРТЫ ДОКЛАДА	39

РЕЗЮМЕ ДОКЛАДА

В России растёт спрос на внутренний туризм. После пандемийного спада индустрия туризма и гостеприимства восстановилась: в 2023 г. число внутренних турпоездов превысило **79 млн**, численность работников индустрии составила **1,1 млн чел.** К 2030 г. в рамках обновленного национального проекта «Туризм и гостеприимство» планируется увеличить число поездок по стране до **140 млн в год** и число рабочих мест – до **1,5 млн чел.**

Путешествия стали неотъемлемой частью комфортной жизни россиян, а представители туристической отрасли начали осознавать, что их главный продукт – впечатления и эмоции. Сегодня происходит трансформация отрасли российского туризма из сферы услуг в «индустрию счастья»: индустрию, которая дарит людям возможность отдохнуть, получить новые впечатления, пережить интересный опыт, отвлечься от проблем и зарядиться позитивными эмоциями.

Эксперты говорят, что одной из главных проблем сегодня становится рассогласование растущей роли и значения индустрии туризма и гостеприимства и реального состояния кадровой составляющей отрасли. По итогам II кв. 2024 г. в индустрии туризма и гостеприимства не хватает **более 108 тыс. чел.** всех уровней: от высшего менеджмента до линейного персонала.



В связи с этим ключевая задача – ускоренная подготовка и сохранение в отрасли кадров, готовых поддерживать высокий уровень сервиса и помогать развитию ее обновленного формата. Эксперты выделили три ключевых действия, которые должны этому содействовать:

- 1 **Повышение престижа индустрии гостеприимства** и формирование уважительного отношения к ее работникам за счет создания позитивного образа индустрии в медийном пространстве и в кино, а также проведения бизнес-экскурсий и гостевых лекций практиков для молодого поколения и потенциальных кадров.
- 2 **Изменение подхода к привлечению и удержанию сотрудников:** рост уровня оплаты труда и комфорта рабочих мест, преодоление сезонности занятости за счет обучения смежным профессиям, адаптация выпускников и демонстрация понятных карьерных возможностей.
- 3 **Изменение подхода к подготовке специалистов.** Повышение качества сервиса, персонализация продуктов и цифровизация усиливают запрос на умение работать с данными и на «мягкие навыки» у специалистов. Для подготовки необходимо повсеместно применять следующие практики:
 - внедрение модульных систем обучения **студентов**; адаптация образовательных программ к специфике регионов; гибкое планирование производственной практики; подготовка специалистов в учебных гостиницах;
 - участие **колледжей** в федеральном проекте «Профессионалитет»
 - повышение квалификации **действующих специалистов** и профессиональная переподготовка в отраслевых и корпоративных образовательных центрах
 - проведение бизнес-стажировок для **преподавателей**.

В основе эффективной реализации этих мер – трехстороннее взаимодействие государства, образования и бизнеса.

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы активно развивается внутренний туризм. Поездки по России становятся все более популярными. Индустрия туризма и гостеприимства претерпевает трансформацию: расширяется инфраструктура, создаются новые точки притяжения, растет количество форматов и качество сервиса.

Эти позитивные изменения происходят во многом благодаря национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства», который действует с 2021 г. и помогает сделать путешествия по России разнообразнее, доступнее, безопаснее и комфортнее.

Результаты национального проекта (2021-2024 гг.):

- 1 **1,1 млн** человек — численность работников индустрии в 2023 г.
- 2 **79,6 млн** внутренних поездок совершено по России в 2023 г. (на 21% больше, чем в 2022 г.)
- 3 за 10 месяцев 2024 г. количество отдыхающих увеличилось на **11,1%** по сравнению с тем же периодом 2023 г. и достигло **72,8 млн** поездок
- 4 в июле 2024 г. зафиксирован исторический максимум количества туристских поездок в месяц — **10 млн**
- 5 более **800 млрд** руб. — объем инвестиций бизнеса в развитие индустрии в 2023 г. (на 30% больше, чем в 2022 г.), более **377 млрд** руб. — за первое полугодие 2024 г.
- 6 **12,5 тыс. новых отельных номеров** введено в эксплуатацию в 2023 г. (на 10% больше, чем в 2022 г.), на 18% увеличилось число классифицированных номеров
- 7 более **73 тыс.** бюджетных мест выделено в колледжах и вузах для студентов по специальностям в индустрии туризма и гостеприимства
- 8 **3** отраслевых центра подготовки создано в 2023-2024 гг., более **4,3 тыс.** специалистов индустрии прошли программы переподготовки и повышения квалификации



В ближайшие годы индустрия туризма и гостеприимства будет расти еще стремительнее.

В 2025 г. начнет действовать обновленный национальный проект «Туризм и гостеприимство», в рамках которого к 2030 г. планируется увеличить количество турпоездок до **140 млн** в год и число рабочих мест — до **1,5 млн чел.**, а также создать **240 тыс.** новых номеров в гостиницах.



В.В. Путин, Президент РФ:

«С учётом динамичного развития таких туристических центров, как Алтай, Камчатка, Кузбасс, Северный Кавказ, Карелия, Русский Север, – до 2030 г. турпоток должен практически удвоиться, до 140 млн чел. в год. При этом вклад туризма в ВВП России вырастет вдвое – до 5%».

С учетом реализации национального проекта «Туризм и гостеприимство», потребность в кадрах составит не менее **400 тыс. чел.**, из них: **320 тыс.** сотрудников для гостиничной сферы и **80 тыс.** — для сферы туристического сервиса. Это работники турагентств и туроператоры, сотрудники отелей, а также гиды, инструкторы-проводники, экскурсоводы, сотрудники общепита и т.д.



КАК РАЗВИВАЕТСЯ ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ В РОССИИ



Рост спроса и предложения

По данным всероссийского интернет-опроса¹, **41%** респондентов совершали турпоездки по России в 2024 г., **57%** из них делали это однажды. При этом **74%** респондентов хотят совершить турпоездку по России, **60%** планируют такую поездку. В целом, **59%** респондентов отмечают, что внутренний туризм становится более модным, **27%** — что он только начинает развиваться. В 2023 г. количество внутренних туристических поездок перекрыло доковидный уровень (2019 г.).

Популярные направления внутреннего туризма

Традиционные лидеры по числу турпоездок — Москва, Краснодарский край, Санкт-Петербург, Московская область. По итогам 2023 г. общий туристический поток в этих регионах составил 33,9 млн чел.

Стабильно высоким остаётся спрос на курорты Черноморского побережья и Краснодарского края в летний период. В 2023 г. Краснодарский край посетили 10 млн туристов.

Появляются новые точки притяжения. Туристы хотят разнообразия. Их привлекает культурно-историческое наследие, этнические особенности и уникальная природа там, где они еще не были. Все это стимулирует развитие новых туристических локаций: например, кратно выросло число поездок в Алтай, Тыву, Дагестан и Хакасию.



А.Б. Преображенский, руководитель Профессиональной комиссии Московской Ассоциации Туристических Агентств, владелец туристического агентства «Магазин путешествий», старший преподаватель кафедры «Менеджмент в индустрии гостеприимства» Института отраслевого менеджмента РАНХиГС:

«Пару лет назад Дагестан не был популярным туристическим направлением, сейчас многие знакомые уже побывали в этом регионе или планируют поездку, и я в их числе».

¹ Всероссийский интернет-опрос, «Туризм в межсезонье: оценка эффективности рекламной кампании», АНО «Национальные Приоритеты», сентябрь 2024 г.

Форматы отдыха и предпочтения туристов

Помимо традиционных, появляются новые форматы отдыха. В сентябре 2024 г. **60%** респондентов всероссийского интернет-опроса отметили, что на рынке туризма стало больше интересных предложений². В июле 2024 г. в число популярных туристических направлений вошли гастрономический туризм, экотуризм, автотуризм, глэмпинги и др.³.

Какие форматы туристического отдыха больше всего интересуют россиян в 2024 г.?



Источник: опрос ЦИИП Роскачества, 2024 г.

Растёт популярность отдыха выходного дня. По данным опросов **47%** респондентов отправлялись в туры выходного дня в соседние регионы хотя бы раз за последний год⁴, **73%** – планируют совершить такие поездки⁵.

Сезонность влияет на предпочтения туристов. Летом (май-сентябрь) популярен отдых на море, в холодное время года (октябрь – май) – оздоровительный и прочие виды туризма.

² Всероссийский интернет-опрос, «Туризм в межсезонье: оценка эффективности рекламной кампании», АНО «Национальные Приоритеты», сентябрь 2024 г.

³ Всероссийский интернет-опрос, «Туры выходного дня: оценка эффективности РК», АНО «Национальные Приоритеты», июль 2024 г.

⁴ Всероссийский интернет-опрос, «Туры выходного дня: оценка эффективности РК», АНО «Национальные Приоритеты», июль 2024 г.

⁵ Всероссийский интернет-опрос, «Туризм в межсезонье: оценка эффективности рекламной кампании», АНО «Национальные Приоритеты», сентябрь 2024 г.

Важную роль в выборе отдыха играют предпочтения поколений⁶:

- 1 молодые люди (до 42 лет) предпочитают путешествия по стране, в т.ч. на автомобиле, курорты и отдых на природе, культурные мероприятия, посещение интересных мест и достопримечательностей
- 2 средний возраст (43–56 лет): выбирает спокойный респектабельный отдых и впечатления
- 3 старшее поколение (от 57 лет): любит дачный отдых и поездки на природу

Рост спроса на «пакетные предложения». Туристы, которые выбирали готовые туры по Европе, все чаще путешествуют по России. Поэтому усиливается спрос на «пакетные предложения» для отдыха, растет качество и разнообразие сервиса.



О.Е. Владимирова, Заведующая отделом музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания ГМЗ «Царицыно»:

«Туристы привыкли получать комплексные предложения, путешествуя в Европу. Европа закрылась, а привычка осталась, и сейчас транслируется на внутренний туризм».

Персонализация туристических услуг. Все больше молодых людей начинают путешествовать по России, при этом они предпочитают уединённый отдых. Поэтому растет число индивидуальных туров, развивается направление эксклюзивного обслуживания.

О.Е. Владимирова, заведующая отделом музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания ГМЗ «Царицыно»:

«Потребителями индустрии гостеприимства становятся зумеры — люди, рожденные в 2000 году и позже. Они интроверты и относятся к поколению, которое меньше нуждается в социальных группах. Задача индустрии гостеприимства, туризма и музейных услуг — создавать рай для интровертов».

⁶ ВЦИОМ, Планы на летний отпуск — 2024, 1600 респондентов, июнь 2024 г.

Развитие всесезонного отдыха. Разнообразие климатических зон, достопримечательностей и народных обычаев в России при росте спроса на внутренний туризм делает возможным развитие всесезонного отдыха. В сентябре 2024 г. **36%** респондентов всероссийского интернет-опроса сообщили, что совершали поездки по России в межсезонье (осенью 2023 г. или весной 2024 г.), **93%** из них указали, что им понравился такой отдых⁷.

Развитие всесезонного отдыха происходит, в том числе, благодаря таким федеральным проектам, как «Пять морей и озеро Байкал». В рамках проекта строятся новые курорты в девяти регионах страны, они смогут принимать свыше 10 млн граждан в год. Будут созданы более **70 тыс.** номеров и более **90 тыс.** рабочих мест⁸.



В.А. Трукшин, генеральный директор Группы Мантера:

Сегодня индустрия гостеприимства дарит людям возможность не просто отдохнуть, но пережить новый, интересный опыт. Сами поездки становятся разнообразнее и безопаснее: совершенствуется инфраструктура, создаются новые точки притяжения, растёт качество сервиса. Повышенный спрос, а также разнообразие климатических зон и достопримечательностей позволяет говорить о стремительном развитии всесезонного внутреннего туризма – в том числе, благодаря таким федеральным проектам, как «Пять морей и озеро Байкал».

Рост популярности самостоятельного отдыха и автотуризма. Всё больше россиян сами планируют отдых и составляют маршруты, поэтому растёт популярность поездок на автомобиле. 80% респондентов всероссийского опроса проявляют интерес к такому формату, 32% – имеют такой опыт. В соответствии с концепцией развития автотуризма к 2035 г. будет создана инфраструктура для путешествий на автомобиле, новые маршруты и места отдыха.



С.Ю. Лобарев, Президент Общенациональной ассоциации Автотуризма и караванинга:

«Автотуризм – новая отрасль с растущим спросом. Появляются новые маршруты, развиваются объекты придорожной инфраструктуры. Автотуризм популярен и среди россиян, и у зарубежных путешественников. Представители зарубежных организаций и предприниматели запрашивают у нас сопровождение организованных дружественных поездок по территории России».

⁷ Всероссийский интернет-опрос, «Туризм в межсезонье: оценка эффективности рекламной кампании», АНО «Национальные Приоритеты», 2024 г.

⁸ Минэкономразвития России. Планы в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» до 2030 г.

Трансформация сферы туризма в индустрию счастья

Рост и разнообразие спроса способствуют бурному развитию и переменам в сфере туризма, заставляя лидеров рынка переосмысливать содержание отрасли. У многих формируется понимание того, что туротрасль продает не столько услуги отелей, проезда, или экскурсий, сколько создает для людей незабываемые впечатления, позволяющие им перезагрузиться, «обновиться», сменить обстановку. У людей тоже меняется отношение к путешествиям. Это уже не просто «отдых на море» или оздоровление — это неотъемлемая часть благополучной жизни. Поэтому многие лидеры индустрии склонны говорить о том, что нужно переосмыслить туризм как индустрию счастья.



М.А. Морозова, генеральный директор АНО «Центр компетенций», заведующая кафедрой РАНХиГС Санкт-Петербург:

«Туризм можно охарактеризовать не только как экономику впечатлений, но и как индустрию счастья».

Работники индустрии гостеприимства в таком контексте перестают быть лишь обслуживающим персоналом, а становятся «волшебниками», «актерами» – теми, кто дарит позитивные эмоции и сопровождает на пути получения впечатлений и счастливых моментов.

Л.Л. Чупикова, управляющий директор ООО «Курорт Манжерок»:

«Мы переосмысливаем миссию индустрии гостеприимства. Индустрия становится сферой счастья. При этом счастье распространяется и на сотрудников. Ведь счастливый сотрудник – это довольный гость».

Туристической отрасли необходимо в короткие сроки преодолеть сложности, порождаемые разрывом между новым образом и возможностями, чтобы окончательно стать «индустрией счастья».

Оценка кадрового дефицита в контексте развития индустрии

В 2023 г. численность работников в индустрии туризма и гостеприимства составила **1,1 млн** чел., к 2030 г. она должна вырасти до **1,5 млн** чел. По итогам II кв. 2024 г. дефицит кадров составил более **108 тыс.** чел.⁹ Не хватает сотрудников всех уровней, от высшего менеджмента до линейного персонала.



Е.М. Найденова, руководитель агентства по туризму Иркутской области:

«Дефицит кадров – серьёзная проблема для индустрии туризма, которую можно решить только совместными усилиями. Несмотря на успешный летний сезон, многие отельеры отметили, что столкнулись с проблемами в сервисе».

Наиболее востребованные профессии

Наиболее востребованные профессии в 2024 г.:

- 1 общественное питание: повар, пекарь, кондитер, бармен, официант, посудомойщик
- 2 гостиницы: администратор, хостес, менеджер по бронированию, уборщик, горничная
- 3 автотуризм: автогид, специалист по созданию и обслуживанию кемпингов и глэмпингов
- 4 управленческие кадры в целом для индустрии

За 2023-2024 гг. в индустрии туризма и гостеприимства количество вакансий увеличилось на **21%**. При этом количество активных резюме сократилось с **5,2** в 2023 г. до **3,4** в 2024 г.

⁹ ЕМИСС, Численность требуемых работников списочного состава на вакантные рабочие места, 2024 г.



**М.А. Морозова, генеральный директор АНО «Центр компетенций»,
заведующая кафедрой РАНХиГС Санкт-Петербург:**

«Если мы смотрим в количественном выражении, то линейный персонал самый востребованный. Далее идёт средний сервисный и управленческий персонал и, наконец, высший управленческий персонал».

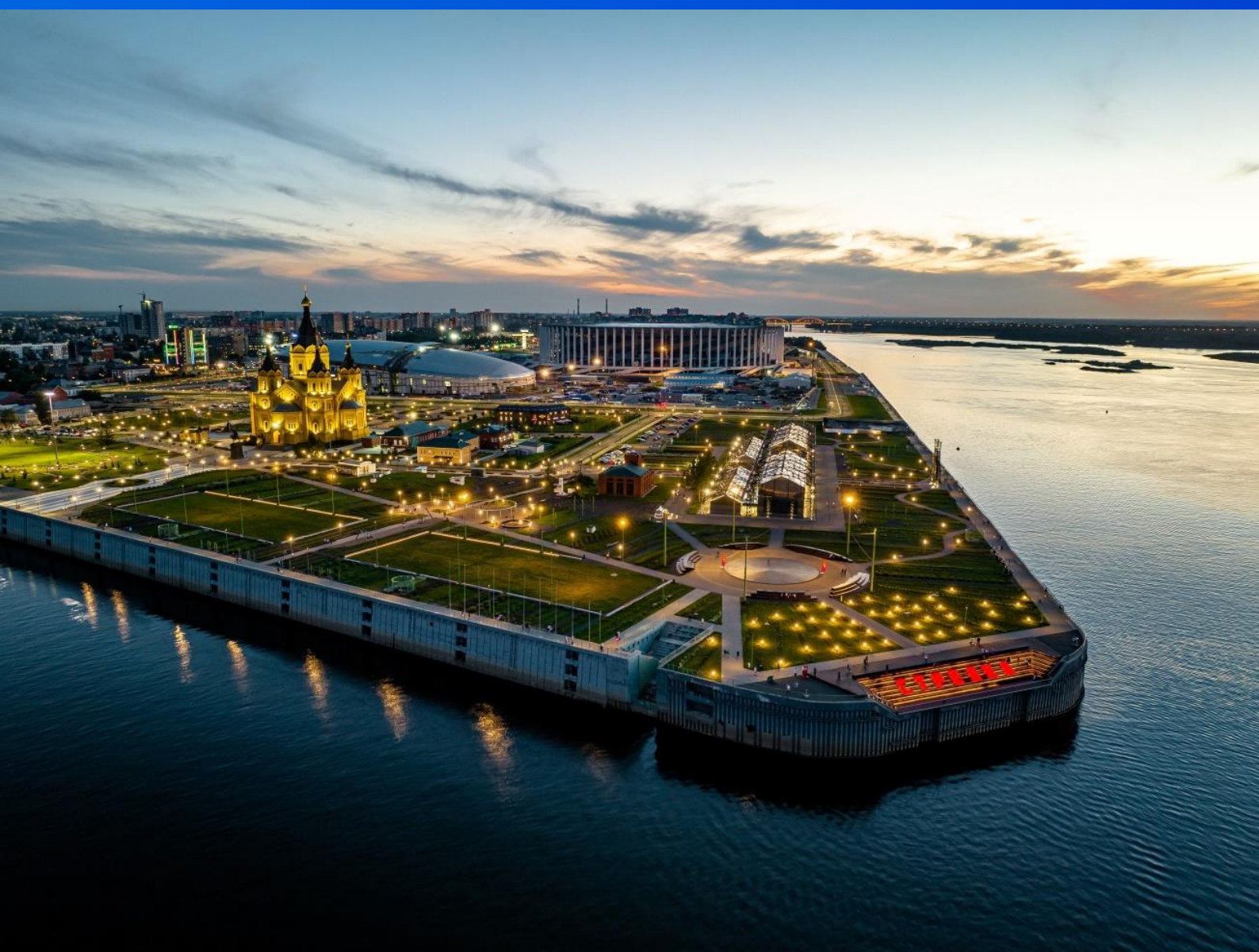
Стратегическое значение индустрии гостеприимства резко выросло, темпы развития значительно ускорились. При этом кадровая составляющая сферы оказалась не готова к таким изменениям. Поэтому важнейшая задача индустрии — ускоренная подготовка и сохранение в отрасли кадров, которые будут готовы поддерживать высокий уровень сервиса и развивать сферу в обновленном формате.

Для достижения этой цели, по мнению экспертов, в первую очередь нужно повышать общественный престиж индустрии и менять форматы подготовки и удержания кадров.



РАЗДЕЛ 2

КАК ПОВЫСИТЬ ПРЕСТИЖ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА



Образ и миссия индустрии счастья

Низкий престиж индустрии гостеприимства и туризма — одна из главных причин кадрового дефицита и высокой текучести персонала. На данный момент работа в туризме имеет негативные ассоциации: низкие доходы, работа в «сфере обслуживания», отсутствие карьерных перспектив и стабильности. Молодые работники рассматривают работу в индустрии как промежуточный этап своей карьеры.



Д.А. Смиркин, директор департамента коммуникаций АО «Корпорация Туризм.РФ»:

«Тема престижа профессии чрезвычайно актуальна. Не каждый студент готов работать после университета по специальности. Туризм рассматривают как какое-то временное занятие, буквально на летний сезон, а потом они будут заниматься чем-то более серьезным».

Открытие новых карьерных возможностей. Сфера туризма создает множество возможностей для личностного развития, карьерного роста. Важной задачей становится демонстрация этого людям, особенно молодым: необходимо создать образ индустрии гостеприимства как сферы, где можно быстро расти и развивать профессиональные компетенции.

Д.А. Смиркин, Директор департамента коммуникаций АО «Корпорация Туризм.РФ»:

«Туризм — это «индустрия впечатлений», и внутри есть масса вещей, которыми можно мотивировать в том числе и молодых людей. Это карьерный рост, стажировки, возможность развития внутри гостиничных сетей. Например, такой подход в своих программах уже реализует сеть «Космос»».

Получение возможностей для самореализации сотрудников. Один из мотиваторов выбора карьерного пути у молодежи – возможность работать в профессиональном коллективе и взаимодействовать с разными людьми, ощущать свою общественную значимость. Индустрия гостеприимства дает возможность работникам развивать коммуникативные навыки и работать в команде. Это необходимо отразить в ее новом образе.



А.И. Кошелева, к.э.н., доцент, академический руководитель направления подготовки «Туризм» РЭУ им. Г.В.Плеханова:

«Молодым людям интересно общение. Индустрия может дать им возможность работать в сфере коммуникаций, выстраивая взаимодействие как внутри команды, так и с гостями».

Миссия — нести счастье. Ключевым инструментом преодоления негативных стереотипов становится позитивное переосмысление образа индустрии и разработка ее миссии.



О.Е. Владимирова, заведующая отделом музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания ГМЗ «Царицыно»:

«Нужно сформулировать и транслировать миссию индустрии гостеприимства, чтобы и гости, и работники понимали значение сферы для общества».

Индустрия гостеприимства становится сферой счастья, которая дарит людям возможность отдохнуть, отвлечься от проблем, зарядиться позитивными эмоциями, часто – узнать что-то новое и лучше понять себя, повысить качество жизни. Работники сферы туризма становятся проводниками радости и впечатлений. Важно, чтобы это понимали не только отдельные эксперты, но и вся индустрия и её клиенты.



Способы повышения престижа сферы туризма

Съемка кино об индустрии. Сериалы и кинофильмы – наиболее эффективный способ формирования позитивного имиджа и образов. Уже есть успешные проекты, которые раскрыли массовому зрителю индустрию гостеприимства с новой стороны. Однако пока их недостаточно.



Д.А. Смиркин, директор департамента коммуникаций АО «Корпорация Туризм.РФ»:

«Кино имеет большое влияние на людей. Например, сериалы «Кухня», «Гранд» и «Отель Элеон» позволили широкой аудитории посмотреть другим взглядом на индустрию гостеприимства и понять, что это интересная и перспективная отрасль».

Расширение медийного присутствия индустрии. Индустрия гостеприимства становится одной из ключевых в экономике России, но ее медийное присутствие все еще не соответствует ее новому статусу. Широкое освещение событий из индустрии и ее специалистов по телевидению могут стать индикатором престижа сферы в глазах общественности.



О.Е. Владимирова, заведующая отделом музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания ГМЗ «Царицыно»:

«Для повышения престижа индустрии необходимо увеличивать медийный индекс. Нужно, чтобы с экранов телевизора звучали новости о вручении государственных наград деятелям индустрии гостеприимства».



Создание туристических классов для школьников. Формирование нового образа индустрии гостеприимства в обществе необходимо начинать с работы со школьниками. Эффективно работает создание профильных классов, направленных на подготовку абитуриентов к поступлению на образовательные программы в сфере туризма.



Д.С. Колесникова, заместитель руководителя корпоративного университета Mriya Resort:

«Если на школьном или студенческом этапе мы «влюбим» в отрасль будущих сотрудников, они посвятят гостеприимству годы своей трудовой жизни».

Проведение бизнес-экскурсий в отели (и другие объекты туризма) для школьников позволяет повысить интерес молодежи к индустрии. Во время таких экскурсий отельеры показывают внутреннее устройство отеля, погружая школьников в магию гостеприимства.



Д.С. Колесникова, заместитель руководителя корпоративного университета Mriya Resort:

«Ребята приезжают на свою первую бизнес-экскурсию и погружаются в процессы работы ведущего мирового курорта. Мы видим их загоревшиеся глаза. Мы не можем показать работу курорта изнутри всем школьникам, но, если подобные экскурсии организуют отели в каждом регионе, мы получим больше ценных сотрудников, стремящихся работать в гостеприимстве».

Формирование представления о карьерных траекториях в туризме. Выступление практиков из отрасли позволяет абитуриентам увидеть широкий спектр возможностей для развития в сфере туризма и понять, что им даст поступление на профильную специальность.



Т.И. Григорьева, старший преподаватель кафедры «Гостиничное и ресторанное дело» ГАОУ ВО г. Москвы, Московский государственный университет спорта и туризма:

«В течение года проводятся «Дни открытых дверей», встречи с абитуриентами в интерактивном формате, как с преподавателями, так и со специалистами профильных организаций. На таких мероприятиях рассказывают об успешных карьерных траекториях в гостеприимстве.»

РАЗДЕЛ 3

КАК ОБУЧАТЬ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ОБНОВЛЕННОЙ ИНДУСТРИИ



Система образования в индустрии туризма и гостеприимства: текущая ситуация

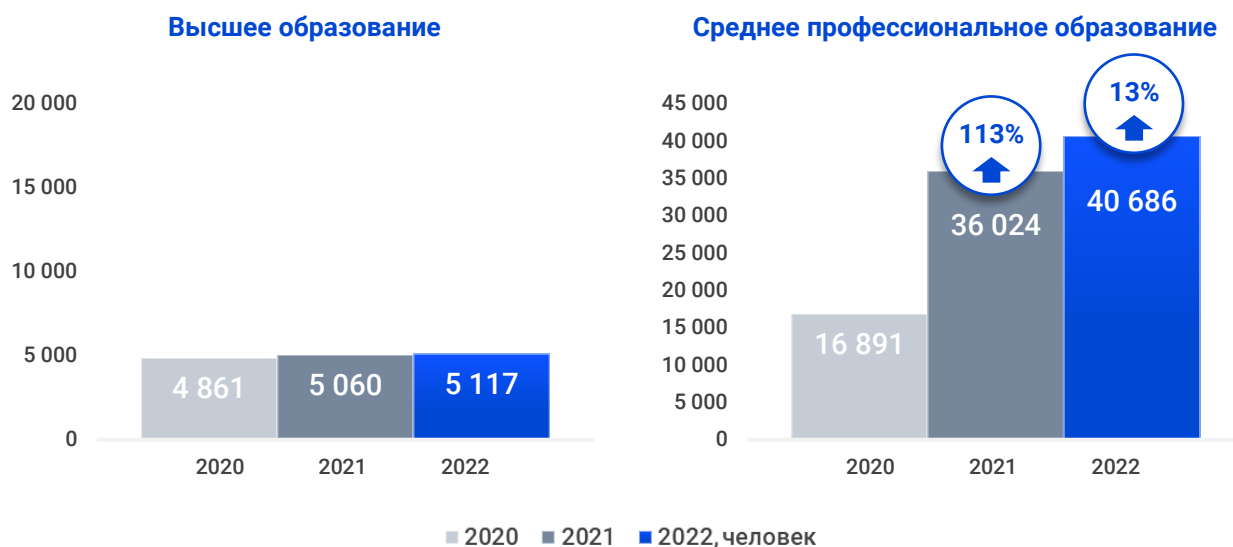
Специалистов индустрии туризма и гостеприимства обучают в 250 ВУЗах и 1,5 тыс. колледжей. В 2024 г. в системе высшего и среднего образования проходят подготовку 330 тыс. чел.

В последние годы количество бюджетных мест увеличивается, в 2024 г. предусмотрено **более 73 тыс. бюджетных мест**, что стимулирует рост числа студентов. В 2020-2022 гг.:



- 1 **в колледжах и техникумах количество выпускников выросло более, чем в 2 раза**, при этом наибольшее число обучено по направлениям: «Поварское и кондитерское дело», «Гостиничное дело и туризм»; наименьшее — по специальности «Официант / бармен»
- 2 **в вузах** количество выпускников практически не изменилось, наибольшее число выпускников обучено по направлениям: «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис».

Структура подготовки кадров в индустрии туризма и гостеприимства



Источник: Проблемы кадрового обеспечения индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации и пути их решения, РГУТиС, 2024 г. слайд 7, URL: <https://clck.ru/3EhiE2>

Популярные образовательные программы среди абитуриентов. В 2023 г. в вузах самые востребованные программы среди абитуриентов в индустрии туризма и гостеприимства – «Туризм» и «Гостиничное дело», в среднем специальном образовании – специальность «Туризм и гостеприимство».



М.А. Морозова, генеральный директор АНО «Центр компетенций», заведующая кафедрой РАНХиГС Санкт-Петербург:

«В специальности среднего профессионального образования «Туризм и гостеприимство» объединили подготовку специалистов для двух сфер: для туризма и гостеприимства. У выпускников появляется широкий спектр рабочих мест для последующего трудоустройства. Эта специальность великолепно набирается даже при минимальном количестве бюджетных мест, есть конкурс среди абитуриентов».

На уровне магистратуры абитуриенты часто выбирают специализированные программы, связанные с управлением в туризме.



Востребованные компетенции в сфере туризма

Несмотря на рост популярности образовательных программ в индустрии туризма и гостеприимства, работодателям не хватает специалистов с нужными компетенциями.

Эмоциональный интеллект. Развивается тренд на человекоцентричность и повышение качества сервиса, который подразумевает заботу о клиенте и индивидуальный подход к оказанию услуг. Поэтому важным навыком становится развитый эмоциональный интеллект.

Л.Л. Чупикова, управляющий директор ООО «Курорт Манжерок»:

«Не хватает сотрудников с развитыми «мягкими» навыками – с высокой эмпатией и любовью к людям. Это неотъемлемая составляющая качественного сервиса».

Прикладная психология. Усиливается запрос на знание прикладной психологии, чтобы точно выявить глубинные потребности клиента и предоставить персонализированный сервис. Например, какой вид отдыха предпочитает гость – уединенный или в веселой компании.

Знание иностранных языков становится ключевым навыком для повышения качества сервиса и дает возможность выстроить коммуникацию с иностранными гостями.

А.А. Мусакин, генеральный директор УК Cronwell Management, управляющий партнёр Cronwell Hospitality Group»:

«Прямо в отеле в течение месяца можно обучить администратора, принимающего гостей на ресепшн, выполнению всех необходимых процедур и общению с гостями. Но нельзя за месяц обучить иностранному языку».

Умение быстро найти креативное решение в сложной ситуации, гибко адаптироваться в новых обстоятельствах – важная компетенция при работе с людьми.

С.И. Гонецкая, заместитель директора по взаимодействию с органами власти и коммуникациям туроператора FUN&SUN:

«Мы готовы принимать кандидатов без опыта работы в туризме. Главное – гибкий склад ума и готовность работать в отрасли, проходящей период трансформации и внешних вызовов».

Анализ больших данных. С развитием крупных агрегаторов увеличивается объем данных о клиентах, при этом гости все чаще ждут персонализированного сервиса, их предпочтения быстро меняются. Поэтому при разработке туристского продукта становятся важными навыки анализа больших данных для выявления клиентских запросов и прогнозов спроса.

Навыки продвижения и PR в цифровой среде и знание основ цифрового маркетинга позволяют адаптировать рекламное туристическое предложение под запрос клиента.



С.И. Гонецкая, заместитель директора по взаимодействию с органами власти и коммуникациям туроператора FUN&SUN:

«Цифровизация – один из трендов, на который мы опираемся при найме. Мы приглашаем специалистов, способных выстроить логику процесса, имеющих знания в сфере диджитал-маркетинга и дизайна».



Практико-ориентированная подготовка студентов

Чтобы учить студентов с востребованным набором компетенций, необходимо уйти от модели догоняющей роли образования и готовить специалистов в обязательной тесной связке с работодателем.

А.Р. Галустов, доктор педагогических наук, профессор, Исполняющий обязанности ректора РГУТИС:

«Чтобы подготовить квалифицированных специалистов, образовательные учреждения должны быть инкорпорированы в будущую рабочую среду студентов, где они смогут практиковаться во время обучения. Это позволит выпускникам претендовать на более высокие позиции после получения диплома».

Адаптация образовательных программ к специфике региона. Быстрое развитие индустрии туризма и гостеприимства способствует обновлению требований к обучению специалистов. Образовательные программы составляются с учётом территориальных особенностей и планов развития туристской инфраструктуры. Такие практики пока не распространены по всей России, но уже внедряются в некоторых регионах, например:

- **Калининградская область.** В БФУ им. И. Канта открылась магистерская программа «Управление и продвижение санаторно-курортных комплексов» в сфере рекреации, санаторно-курортного лечения и спа-услуг, что связано с появлением крупных рекреационных комплексов, развитием проекта «Пять морей» и всесезонного отдыха
- **Бурятия.** Бурятский государственный университет и Байкальский колледж туризма и сервиса совместно создали программу «Руководитель коллективного средства размещения». Её необходимость связана с растущими темпами строительства модульных гостиниц и нехваткой специалистов с профильными компетенциями.

Э.М. Мерданов, министр по туризму и народным художественным промыслам республики Дагестан»:

«В горной местности с большим количеством мест размещения сложно найти подготовленные кадры. Привлекать специалистов из других регионов затруднительно, так как немногие готовы переехать из города в высокогорное село. Поэтому необходимо создавать образовательные программы в регионе с учётом его специфики».

Т.Б. Дугарова, заместитель министра туризма Республики Бурятия:

«90% объектов – малый бизнес, небольшие гостевые дома, модульные отели. Управлять ими нужно по-другому. У нас уже состоялось два выпуска по программе, и мы видим ее эффективность».

Внедрение модульной системы обучения. Модульная система позволяет упорядочить процесс обучения, равномерно распределить учебную нагрузку, сделать обучение гибким и сфокусированным, способствует эффективному планированию производственных практик. И самое важное – позволяет привлекать к обучению практиков из индустрии, которые не имеют возможности встраиваться в расписание, сформированное в логике еженедельных занятий.

М.А. Морозова, генеральный директор АНО «Центр компетенций», заведующая кафедрой РАНХиГС Санкт-Петербург:

«Федеральные государственные образовательные стандарты не мешают сделать модульную организацию учебного процесса, важно лишь соблюдение трудоёмкости. При соблюдении трудоёмкости многие ВУЗы на это идут и внедряют два формата практики: концентрированную и распределенную».



Гибкое планирование производственных практик. Учебные заведения не всегда учитывают сезонную загрузку бизнеса при организации производственных практик, в связи с чем ее эффективность снижается. Гибкое планирование и увеличение часов практической подготовки помогает студентам адаптировать теоретические знания к реальным условиям работы, развивать коммуникабельность, работать в команде. Привлечение студентов на первую практику наиболее эффективно именно в «низкий» сезон.



А.А. Мусакин, генеральный директор УК Cronwell Management:

«В «высокий сезон» я не могу заставить своего управляющего взять на практику неподготовленного человека. В низкий сезон есть время поработать со студентами без опыта. Перспективных студентов мы с удовольствием берем летом после подготовки к работе с программами и стандартами».

Создание учебных классов и учебных гостиниц позволяет организовать пространство для стажировок, максимально приближенное к реальности, даёт возможность увеличить долю практики в обучении и упрощает привлечение экспертов-практиков к проведению лекций.



А.А. Мусакин, генеральный директор УК Cronwell Management:

«Пригласить практика на 3-4 дня в учебную гостиницу проще, чем привлекать к преподаванию в течение года, что практически невозможно, поскольку они заняты своей работой».

Проведение практиками гостевых лекций. Недостаток актуальных знаний о специфике работы в индустрии туризма и гостеприимства мешает выпускникам быстро адаптироваться на рабочем месте. Гостевые лекции с участием практиков помогают студентам узнать о современных тенденциях и вдохновляют на профессиональное развитие. Поэтому образовательным организациям необходимо привлекать в качестве преподавателей профессионалов из индустрии и возможности подстраивать под них график лекций, т.к. у таких экспертов часто высокая загруженность на основной работе в отрасли.



А.И. Кошелева, к.э.н., доцент, академический руководитель направления подготовки «Туризм» РЭУ им. Г.В.Плеханова:

«Важная часть обучения – гостевые лекции. Мы заинтересованы в привлечении экспертов из индустрии. Они обеспечивают практико-ориентированный подход, делятся примерами из жизни, «лучшими практиками» и своей приверженностью к отрасли».

Участие колледжей в федеральном проекте «Профессионалитет». Федеральный проект «Профессионалитет» направлен на обучение в колледжах с фокусом на прикладные навыки, в тесной связке с предприятиями.

В 2024 г. подготовка кадров для индустрии туризма и гостеприимства в рамках «Профессионалитета» ведется в **37** субъектах РФ: это **223** образовательные организации, которые реализуют свои образовательные программы при участии **261** работодателя – партнера. Федпроект адаптирует подготовку кадров под потребности рынка, облегчая трудоустройство выпускников. Компании оснащают колледжи оборудованием, студенты получают практический опыт и наставников из индустрии.

Профессионалитет решает проблему нехватки опыта у молодежи. Колледжи становятся учебными центрами под патронажем работодателей. Студенты обучаются по целевым направлениям и обеспечены трудоустройством. Важная часть проекта – наставничество: студенты могут задать вопросы наставникам и получать ответы в онлайн-режиме.



Актуализация знаний и переподготовка специалистов

Для преодоления кадрового дефицита и повышения качества сервиса появляются программы по развитию новых компетенций у сотрудников индустрии, а также система актуализации знаний и переподготовки работников из других отраслей. Это позволяет быстро адаптировать знания сотрудников под меняющиеся условия трансформирующейся индустрии.

Повышение квалификации и профессиональная переподготовка в отраслевых центрах.

В 2023 г. в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» создано три отраслевых образовательных центра в Санкт-Петербурге, Московской области и Татарстане, еще один центр в Краснодарском крае был открыт в 2024 г. В этих учреждениях специалисты проходят обучение по программам повышения квалификации и переподготовки на бесплатной основе.

В отраслевых образовательных центрах обучаются специалисты в сфере стратегического планирования в туризме и организации сервиса, управляющие гостиничными комплексами, региональные управленческие команды, экскурсоводы. В 2024 г. обучится более 5 тыс. чел.

Обучение в корпоративных центрах. Представители бизнеса создают собственные центры обучения. Накопленный опыт и практико-ориентированный подход позволяет в сжатые сроки подготовить квалифицированный персонал, адаптированный под потребности бизнеса.



М. А. Ломидзе, исполнительный директор Ассоциации туроператоров:

«Недостаток компетенций восполняет бизнес, реализуя корпоративные обучающие программы. Представители гостиничного бизнеса и туроператоры обучают сотрудников как для своих компаний, так и для отрасли в целом».

Например, **Академия Гостеприимства Cosmos** основана гостиничным оператором «Космос Отель Групп» в 2018 г. и обучает своих сотрудников и внешних слушателей. В программы подготовки включены: сервисные тренинги, обучение отраслевым навыкам и международным стандартам, обучение по 50 программам прошли уже более 3,5 тыс. выпускников.



А.Е. Кувайцева, вице-президент по управлению персоналом АО «Космос Отель Групп»:

«Наши выпускники хорошо обучены и подготовлены, владеют необходимыми навыками и знаниями как в теории, так и на практике. Они готовы приступить к работе сразу после окончания обучения».

С 2024 г. в рамках федерального проекта «Содействие занятости» в составе нацпроекта «Демография» Академия предлагает пройти полностью субсидированное онлайн-обучение с получением диплома по специальностям: «Менеджеры», «Руководители среднего и высшего звена», «Линейный персонал».

Проведение бизнес-стажировок для преподавателей. Некоторые отельеры проводят стажировки для преподавателей, что позволяет им быть в курсе современных бизнес-процессов и изменений и передавать студентам актуальные знания и навыки.



Д.С. Колесникова, заместитель руководителя корпоративного университета Mriya Resort:

«Бизнес-стажировки в интенсивном формате дают преподавателям возможность погрузиться в «закулисье бизнеса», получить современные знания и опыт. Такую практику необходимо распространять».



РАЗДЕЛ 4

КАК МОТИВИРОВАТЬ И СОХРАНЯТЬ СОТРУДНИКОВ В ИНДУСТРИИ



Общие инструменты преодоления дефицита кадров

Индустрия гостеприимства имеет свою специфику: работа с людьми, ненормированный график, сезонность. Это приводит к дополнительной текучести, усиливая кадровый дефицит.

Д.С. Колесникова, заместитель руководителя корпоративного университета Mriya Resort:

«По отрасли текучка составляет 41%. Эта цифра не так страшна, если в ней учитываются сезонники. 41% без учета сезонных вакансий — это плохо. У нас текучка есть. И она несезонная. Сотрудники уходят, главное, чтобы они, меняя место работы, оставались в отрасли».

Выравнивание зарплат с другими отраслями. На начало 2024 г. средняя заработная плата, например, в гостиничном бизнесе, составила 55 тыс. рублей, в то время как средняя зарплата в России — 75 тыс. рублей. Несмотря на рост оплаты труда в этом сегменте (+20% за первое полугодие 2024 г.), она остаётся ниже среднерыночной, побуждая соискателей выбирать другие отрасли. Ситуация усложняется тем, что рост заработных плат ограничен рентабельностью бизнеса. В этом направлении индустрии нужна помощь.

В.В. Прасов, управляющий партнер УК «Альянс Отель Менеджмент»:

«Для индустрии туризма нужен такой же налоговый маневр, как для IT-индустрии: снизить выплаты в социальный фонд с 30,2% до 7,6%. Не все отели могут, по своей экономике, платить больше сотрудникам, и работники периодически уходят».

А.В. Волков, руководитель департамента по связям с общественностью и органами власти Группы Мантера, президент Общенационального союза индустрии гостеприимства (ОСИГ):

Туризм существует на стыке многих отраслей, следовательно, может стать инструментом привлечения из них необходимых кадров. Просто построить отель уже недостаточно. Важно наполнять гостиничные объекты развлечениями, сервисами, функционалом. Будущее — за большими кластерами и комплексным развитием территорий, которое значительно важнее, чем просто развитие туризма. А для этого нужны самые разные специалисты.

Развитие системы материальных и нематериальных поощрений. Создание комфортной атмосферы на рабочем месте и возможность получать премии за качественно выполненную работу привлекают и удерживают сотрудников.



М.А. Ломидзе, исполнительный директор Ассоциации туроператоров:

«Сотрудников удерживают бонусными программами, повышающими доход, предоставлением социального пакета, созданием комфортной атмосферы на рабочем месте, что зачастую является более эффективным инструментом удержания, чем подстегивание амбиций и возможности карьерного роста».



П.М. Кровяков, заместитель генерального директора по корпоративного управлению Группы Мантера:

Рынок труда 2025 года будет диктовать новые правила игры. Помимо роста уровня дохода и финансовой гонки, на первый план выйдут нематериальные стимулы, которые создают комфортную рабочую среду и позволяют сотрудникам чувствовать себя ценными и востребованными. Усложнение рынка труда заставляет компании переходить к продуктовому подходу в работе с персоналом, создавая инструменты для привлечения и удержания специалистов всех возрастов. Так, параллельно запускаются программы долголетия и поддержки возрастных сотрудников и партнерские программы с образовательными учреждениями, направленные на привлечение молодых специалистов.

Сохранение рабочих мест за представителями старшего поколения. Один из способов решения кадрового дефицита — привлечение представителей старшего поколения. В 2023 г. в индустрии туризма работало около **100 тыс.** человек старше 60 лет (9,1% от общего числа занятых в индустрии). Сохраняя представителей старшего поколения на рабочих местах, бизнес сможет решить проблему нехватки опытных квалифицированных кадров. При этом требуется предварительная работа с такими кадрами по повышению их квалификации и профессиональной адаптации к запросам разных туристических аудиторий.

Совмещение нескольких специальностей для обеспечения круглогодичной занятости. Сезонность вынуждает нанимать сотрудников на временной основе. Это приводит к текучести кадров из-за нестабильности рабочего места. Наиболее востребованы в высокий сезон линейные сотрудники: горничные, официанты, повара и администраторы.



В.В. Прасов, управляющий партнер УК «Альянс Отель Менеджмент»:

«В регионах, где туристический спрос зависит от сезона, отели без инфраструктуры не могут работать круглый год, что приводит к временному найму сотрудников».

Способом преодоления этой проблемы может стать обучение сотрудников дополнительной специализации, которая не подвержена фактору сезонности, обеспечивает более равномерную занятость и дает развитие туристическим проектам во время «низкого сезона».

Например, у гида-экскурсовода максимальная нагрузка – с апреля по сентябрь. В остальное время он может освоить профессию продакт-менеджера: использовать свои знания маршрутов и достопримечательностей для формирования уникальных туристских предложений и продуктов.



П.М. Кровяков, заместитель генерального директора по корпоративного управлению Группы Мантера:

Одним из наиболее эффективных инструментов нематериальной мотивации является корпоративное образование. В условиях динамично меняющихся запросов важно создавать среду, где люди могут развиваться, учиться и расти профессионально. Это не только повышает лояльность, но и укрепляет бренд работодателя. Среди наиболее востребованных программ – обучение линейных менеджеров эффективным практикам подбора персонала и практикам формирования связей со своей командой.



Сохранение выпускников в индустрии

Некоторые выпускники профильных специальностей уходят из индустрии сразу после окончания обучения. Чтобы сохранить специалистов в отрасли, необходимо помогать им осваиваться на рабочем месте, демонстрировать карьерные возможности.

Карьерные карты. У выпускников часто нет четкого представления о развитии их карьеры. Линейные позиции часто воспринимаются только как сезонная подработка. Создание отраслевых карьерных карт может помочь сформировать четкое понимание пути развития в индустрии и показать молодым специалистам, какие у них есть карьерные перспективы.



В.Е. Офицеров Управляющий партнер АНО «Устойчивое развитие территорий»:

Пример карьерной карты: после окончания вуза выпускник начинает профессиональный путь в качестве специалиста, через 2-4 года станет начальником департамента, через 10-15 лет – займет позицию топ-менеджера. Возможно, вузы предлагают определённую мечту и устанавливают высокую планку. Однако реальность рынка труда оказывается более суровой».

Часть сотрудников уходит после испытательного срока, так как ожидания не совпадают с реальностью. Наставничество помогает в адаптации на рабочем месте и снижает текучесть.

О.Е. Владимирова, Заведующая отделом музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания ГМЗ «Царицыно»:

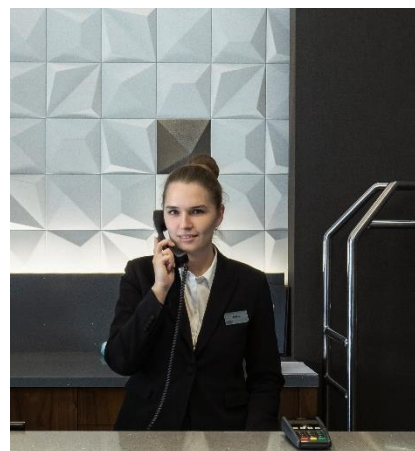
«Наставничество позволяет новичку не испытывать стресс, минимизировать профессиональное выгорание и своевременно получать помощь и поддержку».

КАК ПОЛУЧИТЬ СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА, ГОСУДАРСТВА И ОБРАЗОВАНИЯ В СОЗДАНИИ «ИНДУСТРИИ СЧАСТЬЯ»



В индустрии туризма многие вопросы требуют комплексного подхода для их решения. Каждая из сторон — власть, бизнес и образование — вносит свой вклад. Только совместная работа приводит к синергетическому эффекту, который позволяет достичь поставленных целей.

В рамках такого сотрудничества реализуются различные проекты, в т.ч. разработка программ обучения с учетом меняющегося рынка и потребностей бизнеса, проведение конкурсов, создание условий для предпринимательства (в т.ч. получение государственных субсидий).



Успешные примеры взаимодействия реализуются через тройственный союз: региональная власть, бизнес и образовательные учреждения. Выстраивание такой коллаборации помогает нам предлагать осмысленные программы для вузов, ссузов и даже для школ.

Примеры успешного взаимодействия представителей власти, бизнеса и образования:

Межведомственное сотрудничество. Эффективное взаимодействие помогает объединить усилия государственных структур для комплексного развития индустрии, решить задачи более системно и ускорить реализацию государственных программ.



М.А. Морозова, генеральный директор АНО «Центр компетенций», заведующая кафедрой РАНХиГС Санкт-Петербург:

«Мы планируем подписать межведомственное соглашение на уровне региона между Комитетом по образованию Санкт-Петербурга, Комитетом по развитию туризма Санкт-Петербурга и Комитетом по труду и занятости населения Санкт-Петербурга. Таким образом, мы сможем действовать институционально в рамках нескольких национальных проектов – «Демография» и «Туризм и индустрия туризма».

Трехстороннее сотрудничество «бизнес-власть-образование» по оптимизации образовательных стандартов. В 2024 г. планируется утвердить образовательные стандарты и отраслевую рамку квалификаций в индустрии, которая описывает компетенции специалистов с учётом потребностей бизнеса. Это повысит качество образования, усилит практико-ориентированный подход в обучении.

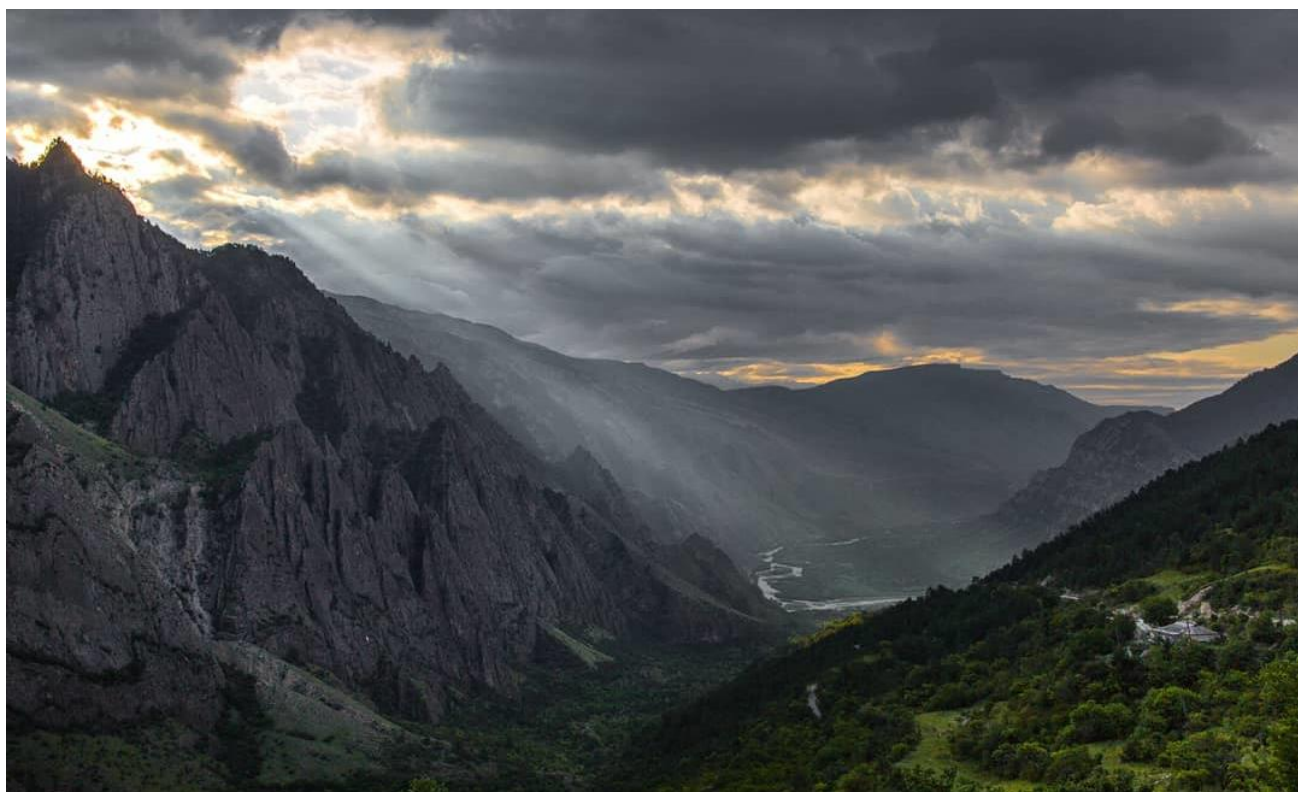
Создание рамки квалификаций поможет структурировать и запланировать подготовку кадров, привести квалификации в соответствие знаниям и умениям работников и адаптировать образование к спросу на определённые квалификации со стороны отрасли.

Двухстороннее сотрудничество бизнеса и власти по созданию мобильных проектных офисов. Участники мобильных проектных офисов оперативно реагируют на изменения, адаптируют программы обучения, обеспечивая индустрию кадрами под потребности бизнеса.

На основе межведомственных соглашений региональные органы власти создают мобильные проектные офисы, где решают вопросы кадрового обеспечения, взаимодействия бизнеса и власти. В качестве проектных офисов выступают межведомственные советы и межведомственные группы, в которые входят представители бизнеса и власти.

Многофункциональное сотрудничество — создание единой базы данных в туризме. В вузах часто проводятся различные исследования и опросы, которые, будучи достоянием всей индустрии, могут принести большую пользу и придать ускорение развитию отрасли. Лучшим решением бы мог стать отраслевой аналитический институт или департамент.

Создание исследовательских центров на базе профильных вузов и расширение взаимодействия с работодателями через заказ научно-исследовательских работ поможет сформировать полноценный институт аналитики. Статистические данные станут ключом к разработке стратегий развития всей индустрии туризма и гостеприимства.



Эксперты доклада

Бармин Олег Сергеевич	Основатель и председатель совета директоров Agenda Media Group, предприниматель, владелец и основатель проекта творческой реновации Postnicken (поселок Заливное, Калининградская область)
Владиминова Ольга Евгеньевна	Заведующая отделом музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания ГМЗ «Царицыно»
Волков Алексей Витальевич	Руководитель департамента по связям с общественностью и органами власти Группы Мантера, президент Общенационального союза индустрии гостеприимства (ОСИГ)
Галустов Амбарцум Робертович	Доктор педагогических наук, профессор, ректор РГУТИС
Гонецкая Светлана Ивановна	Заместитель директора по взаимодействию с органами власти и коммуникациям туроператора «FUN&SUN»
Григорьева Татьяна Игоревна	Старший преподаватель кафедры «Гостиничное и ресторанное дело» ГАОУ ВО г. Москвы, Московский государственный университет спорта и туризма
Дугарова Туяна Борисовна	Заместитель министра туризма Республики Бурятия
Захарова Ольга Викторовна	Директор дивизиона «Городская экономика» Агентство стратегических инициатив
Колесникова Дарья Сергеевна	Заместитель руководителя корпоративного университета «Mriya Resort»
Кошелева Анна Игоревна	Кандидат экономических наук., доцент, академический руководитель направления подготовки «Туризм» РЭУ им. Г.В.Плеханова
Кровяков Павел Михайлович	Заместитель генерального директора по корпоративному управлению Группы Мантера
Кувайцева Анна Евгеньевна	Вице-президент по управлению персоналом АО «Космос Отель Групп»
Лобарев Сергей Юрьевич	Президент Общенациональной ассоциации Автотуризма и караванинга
Ломидзе Майя Арчиловна	Исполнительный директор Ассоциации туроператоров (АТОР)
Мерданов Эмин Мерданович	Министр по туризму и народным художественным промыслам республики Дагестан
Морозова Марина Александровна	Генеральный директор АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства» Санкт-Петербурга
Мусакин Алексей Александрович	Генеральный директор УК «Cronwell Management», управляющий партнер «Cronwell Hospitality Group», Вице-президент Российской гостиничной ассоциации, директор филиала Российской гостиничной ассоциации по Санкт-Петербургу и Ленинградской области, член Правления и руководитель Комитета по инфраструктурным проектам Российского союза туриндустрии
Найденова Евгения Михайловна	Руководитель агентства по туризму Иркутской области
Осипова Наталья Алексеевна	Заместитель директора центра по развитию туризма Фонда «Центр стратегических разработок»
Офицеров Виталий Евгеньевич	Управляющий партнер АНО «Устойчивое развитие территорий»
Прасов Вадим Викторович	Управляющий партнер УК «Альянс Отель Менеджмент», вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России, заместитель заведующего кафедрой «Предпринимательство в индустрии гостеприимства РАНХиГС
Преображенский Александр Борисович	Руководитель Профессиональной комиссии Московской ассоциации туристических агентств (МАТА), владелец туристического агентства «Магазин путешествий», старший преподаватель кафедры «Менеджмент в индустрии гостеприимства» Института отраслевого менеджмента РАНХиГС
Самичко Роман Александрович	Заместитель директора Департамента реализации проектов в сфере туристской деятельности Минэкономразвития России
Смиркин Дмитрий	Директор департамента коммуникаций АО «Корпорация Туризм.РФ»
Трушкин Вадим Анатольевич	Генеральный директор Группы Мантера
Чупикова Людмила Львовна	Управляющий директор ООО «Курорт Манжерок»