



**«Промышленная политика  
в Российской Федерации»**

*Журнал издается с 1999 г*  
**№ 1-3, 2024**

**Состав рецензентов  
журнала «Промышленная политика  
в Российской Федерации»**

Бахметьев В.А. Заместитель директора Центра экономического анализа и прогнозирования в промышленности, к.э.н.  
Воскресенский В.Ю. доцент кафедры экономики, к.э.н.  
Вострикова С.М. НИИ медицины и труда, к.э.н.  
Знаменский В.В., профессор, Московский Государственный машиностроительный университет «МАМИ», к.э.н.  
Илларионов Ю.Н., доцент кафедры экономики, к.т.н.  
Киселев В.В., доцент кафедры экономики, к.э.н.  
Макарова М.В. начальник управления НИР Московского политехнического института, к.соц.н.  
Мирошников С. Н. Действительный государственный советник РФ 3 класса, д.э.н.  
Смольников А.С. Институт экономики и бизнеса, к.э.н., проф  
Толмачева И.В. Московский международный университет, к.э.н.  
Флеров О.В., зав.каф. экономики Института экономики и управления в промышленности, к.пед.н.  
Воронина В.Э. Руководитель редакционно-издательского отдела Института экономики и управления в промышленности, к.ф.-м.н.

класс, д.э.н.  
**Проценко Ю.В.** декан экономического факультета, к.пед.н.  
**Смольников А.С.** Институт экономики и бизнеса, к.э.н., профессор  
**Толмачева И.В.** Московский международный университет, к.э.н.  
**Флеров О.В.**, заведующий кафедры экономики Института экономики и управления в промышленности, к.пед.н.

**ПРЕДПРИЯТИЕ:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Илларионов Ю.Н. «Создание «профиля» должности на основе текущих целей организации» .....2

**СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА**

Проценко Ю.В. «Цифровая трансформация гостиничного бизнеса» .....7

Илларионов Ю.Н. «Искусство подбора персонала в современных условиях» .....14

Воронина В.Э. «Интегрально-модульный подход в подготовке специалистов для промышленности» .....17

Издатель:  
Институт экономики и управления в промышленности  
Адрес: 105203, Москва, ул. 15-я Парковая, д. 8  
Тел. (499) 461-32-95, [press@msu-press.ru](mailto:press@msu-press.ru)  
ISSN электронной версии: 2949-3072  
Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия ПИ № ФС77-29261 от 23.08.2007 г.  
Правообладателем авторских прав на информационные и графические материалы, опубликованные в журнале и на сайтах издания, является издатель.  
При перепечатке материалов ссылка на журнал «Промышленная политика в Российской Федерации» обязательна.

**СОЗДАНИЕ «ПРОФИЛЯ» ДОЛЖНОСТИ НА ОСНОВЕ  
ТЕКУЩИХ ЦЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

***Илларионов Ю.Н.,***

*Доцент кафедры экономики, к.т.н.*

*Институт экономики и управления в промышленности*

*E-mail: [Illarionova1102@mail.ru](mailto:Illarionova1102@mail.ru)*

*SPIN-код: 8519-5466, Author ID: 986084*

Аннотация: При отборе кандидатов на должность в любой организации задача сформировать «профиль» должности на основе текущих целей организации в современных условиях является одной из главных. Информация о требованиях к кандидату на вакантную должность требуется структурированная, сведенная в единую систему критериев и требований (профессиональных и личностных) к будущему сотруднику, учитывающую при этом корпоративные установки компании относительно персонала, кадровой политики, особенности рабочего места. Работа посвящена детальному исследованию построения «профиля» должности, которая позволит получить максимальной информацией об кандидате.

Ключевые слова: профиль, компетенция, «интервью», интервью-переговоры, ситуационные задачи, этапы собеседования.

Истоки управления персоналом неразрывно связаны с развитием экономики и уходят в глубину веков. В своей последней крупной работе «Хозяйство и общество» немецкий социолог Макс Вебер (1884-1920) выделил универсальные принципы формирования системы отбора персонала. Один из принципов: подбор кадров на конкурсной основе по прохождению экзаменов или по предпочтению дипломов, что требует от кандидатов наличия соответствующего специального образования.

Сейчас никого не нужно убеждать в том, что «правильные люди», мотивированные, обученные, обладающие необходимыми для конкретной работы в конкретной организации компетенциями, очень в большой степени определяют успех бизнеса. «Ноу-хау» быстро подхватывают конкуренты, почти не осталось монопольных рынков, поэтому как правило, теперь побеждает тот, у кого лучше команда, люди, персонал и команда полностью.

Далее мы рассмотрим, как правильно оценить кандидатов. Мы говорим о том, кандидаты у нас есть, а самое главное – не ошибиться при выборе, взять лучшего, а затем грамотно построить систему.

Последние периоды с 2010 – 2020 года показали, что даже при значительном выбросе на рынке труда сокращенных специалистов, действительно сильных и подходящих кандидатов не так уж много. Очень трудно выбирать из полу подходящих специалистов, чем из нескольких сильных, тем более что зачастую придется сравнивать слабо сопоставимые характеристики: например, один отлично (легко) впишется в коллектив, но менее профессионален (или маленький стаж работы, менее 2-х лет), а другой профессионален (профи) (имеет опыт работы более 10 лет), но склонен к спорам, к конфликтам.

## **ПРЕДПРИЯТИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Задача сформировать «профиль должности» на основе текущих целей организации в современных условиях является одной из главных при отборе кандидатов.

Информация о требованиях к кандидату на вакантную должность требуется структурированная, сведенная в единую систему критериев и требований (профессиональных и личностных) к будущему сотруднику, учитывающую при этом корпоративные установки компании относительно персонала, кадровой политики, особенности рабочего места.

Профиль – это описание компетенций, опыта, а также анкетных данных, необходимых для выполнения конкретной работы в конкретной организации. Компетенции подразумевают как индивидуально-личностные характеристики (например, стрессоустойчивость, склонность к командной работе, креативность и др.), так и навыки (например, умение вести переговоры или составлять бизнес-план). Одно из определений компетенций (источник – Википедия) звучит так: Компетенция (от *лат.* *competere*) – соответствовать, подходить.

Компетенция, общая – это способность применять знания, умения, успешно действовать на основе практического опыта при решении задач профессионального рода деятельности.

Таким образом, первое, с чего следует начать, - это определение стратегий развития организации в целом и человеческих ресурсов в рамках этой стратегии.

На основании сформированных и осознанных стратегий составляется профиль должности будущего кандидата – первый шаг в процессе подбора и оценки персонала.

При составлении профиля учитываются четыре основных момента:

- 1) особенности корпоративной культуры – системы ценностей, норм и правил;
- 2) особенности ближайшего окружения, с которым будет взаимодействовать человек в ходе работы (например, одна и та же должность при условии авторитарного и демократичного руководителя потребует различных характеристик сотрудника);
- 3) перспективы развития должности (необходим ли лидерский потенциал или оно только будет мешать, должен ли человек быть склонен к переменам или постоянству);
- 4) особенности выполняемой работы и среды, в которой она выполняется.

Часть, включающая ожидания от нового сотрудника в соответствии с корпоративной культурой компании, а также соответствие ценностей и взглядов сотрудника ценностям компании являются не менее важными, чем профессиональные компетенции, при составлении профиля. Очень часто первые три фактора не учитываются. В результате - плачевная и обидная ситуация, когда хороший сотрудник приходит на работу в хорошую компанию и в скором времени покидает ее из-за того, что он и компания, будучи хорошими по отдельности, просто не подходят друг другу. Составление профиля и оценка сотрудник в соответствии с ним помогут нам снизить риск возникновения подобных ситуаций.

Данный профиль может быть основан на ценностях и культуре организации, взглядах руководителя, существующих традициях с одной стороны и на требованиях к выполняемой работе – с другой стороны.

В формировании профиля рекомендую принимать участие непосредственных руководителей того сотрудника, которого предполагается найти и руководителя по персоналу (менеджера по персоналу).

Каждый из них внесет свой вклад: т.к. руководитель лучше представляет себе текущие задачи, а руководитель по персоналу - общие и частные компании (организации, фирмы), а самое главное он знает ситуацию на рынке труда (в городе, области, в России).

## ПРЕДПРИЯТИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Оптимально, когда в компании разработана та часть профиля, которая отражает корпоративные ценности и нормы. Участие в составлении этой части профиля должны принять все или большинство руководителей. Это могут быть:

- Факторы приоритетов при принятии решений (например, всегда приоритетно стремление к разрешению конфликта, нежели к его избеганию);
- Определенные ожидания по предпочитаемому стилю руководства;
- Основные направления мотивации (например, тот факт, оптимальный кандидат должен быть ориентирован на командную работу и коллектив или, наоборот, предпочитать работу в рамках самостоятельных проектов);
- Честность и лояльность (опять-таки, в разных бизнес-средах разные предпочтения).

Один из самых простых путей составления этой части профиля – проведение опроса руководителей, где их просят:

- а) выбрать из предложенного списка компетенций и ценностей то, что обязательно для будущего сотрудника компании, и проранжировать значимость остальных факторов;
- б) Выбрать из предложенного списка компетенций то, что им больше всего нравится в уже работающих сотрудниках;
- в) выбрать те факторы, которые в наибольшей степени не устраивают в уже работающих сотрудниках.

На основе этих данных будет составлен профиль. Если у вашей компании есть миссия, система ценностей или что-то подобное (имеются в виду реально действующие правила принятия решений, а не просто написанные лозунги,) то имеет смысл сверить с этими документами получившийся профиль.

Остальная часть профиля базируется на следующих факторах:

1. *Работа*, при которой сотруднику реально предстоит достигать определенных результатов или поддерживать процессы и компетенции, необходимые для этого.
2. *Специфика внутрифирменных взаимодействий и стиля руководства*. Демократический или авторитарный стиль руководства требуют разных особенностей и компетенций от сотрудников. Если при авторитарном стиле очень важно правильно оценить степень управляемости и исполнительность, то при демократическом значительно важнее инициативность и умение работать в команде.
3. *Специфика коллектива и личности руководителя*. В данном случае очень большую роль будут играть совместимость людей и их способность к взаимодополнению.

Например, если в отделе большинство людей ориентировано на отношения (для них важно, чтобы на работе можно было не только работать, но и получить моральную поддержку), то и искать нужно человека подобного типа. Другой пример: если руководитель достаточно внимателен к деталям, то «глобальный подчиненный может вызывать раздражение и производить впечатление не слишком мотивированного и аккуратного человека.

Далее остановимся на общих правилах составления профиля.

**Правило №1:** каждая компетенция должна быть сформулирована предельно конкретно.

Очень часто в описании требований к кандидату можно встретить такую формулировку как «коммуникабельность, или коммуникативные навыки». На самом деле

## ПРЕДПРИЯТИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

это не совсем правильно. Из приведенных в табл. 1 характеристик становится ясно почему. (Смотри таблицу №1) и их составляющие.

Итак, прежде всего удалось выделить составляющие, которые, несомненно, входят в понятие коммуникабельности. Они получились очень разные, зачастую совсем или почти не пересекающиеся друг с другом. А теперь посмотрим, какие из этих компетенций являются необходимыми, желательными или безразличными для разных видов работы. (Смотри табл.2)

Таблица 1.

### Характеристики понятия «Коммуникабельность»

<b>Коммуникабельность</b>
Умение быстро устанавливать контакт с незнакомыми людьми
Вежливое располагающее общение
Умение убеждать
Умение публично выступать
Постоянное желание общаться с людьми
Хорошо поставленная речь
Грамотная речь

Таблица 2.

### Соответствие характеристик понятия «Коммуникабельность» должности

<b>Компетенции</b>	<b>Должность</b>		
	<b>Торговый представитель</b>	<b>Секретарь</b>	<b>Менеджер в организации</b>
Умение быстро по своей инициативе устанавливать контакт с незнакомыми людьми	Необходимо	Безразлично	Желательно
Вежливое, располагающее общение	Необходимо	Необходимо	Необходимо
Умение убеждать	Необходимо	Желательно	Необходимо
Умение публично выступать	Безразлично	Безразлично	Необходимо
Потребность в общении	Необходимо	Безразлично	Желательно
Хорошо поставленная речь	Необходимо	Желательно	Необходимо
Грамотная речь	Необходимо	Необходимо	Необходимо

**Правило №2.** В профиле должны быть точно расставлены приоритеты, а это зависит от корпоративной культуры, особенности выполняемой в будущем работы, от личности руководителя.

**Правило №3.** Каждая компетенция, указанная в профиле должна иметь свой «измеритель», т.е. техники и методики оценки персонала (кандидата) и этой теме должен быть уделено максимально большое внимание. Правильно составленный профиль – это безусловно первый и очень важный принцип.

Таким образом, рассмотрев принципы формирования «профиля» должности, а также основываясь на правилах формирования «профиля» должности с учетом соответствия необходимых компетенция для различных должностей сделаем следующий вывод: грамотное соотношение профиля позволяет четко соотносить подбор людей со стратегическими задачами, постоянно совершенствовать процессы подбора и развития

## **ПРЕДПРИЯТИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

персонала и в конечном счете дает важнейшее конкурентное преимущество – уровень людей, работающих в компании.

А это именно тот решающий фактор, на основе которого конкурируют наиболее успешные в бизнесе компании.

### ***Литература:***

1. Борисова Е.А. Управление персоналом для современных руководителей. - СПб.: Питер, 2020.
2. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения: учебник и практикум для вузов / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024.
3. Иванова С. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час / Светлана Иванова. — 15-е изд., перераб. и доп. — М.: Альпина Паблишер, 2022. — 313 с.
4. Управление персоналом: учебник / И.Б. Дуракова, Л.П. Волкова, Е.Н. Кобцева; под ред. И.Б. Дураковой. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 570 с.
5. Управление персоналом: учебное пособие / А.Я. Кибанов, Г.П. Гагаринская, О.Ю. Калмыкова, Е.В. Мюллер. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 238 с.

**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

**Проценко Ю. В.,**

*к.пед.н., доцент*

*декан экономического факультета,*

*АНО ВО «Институт экономики и управления в промышленности», Москва*

*E-mail: [procenko@rosinstitut.ru](mailto:procenko@rosinstitut.ru).*

*SPIN-код: 8313-7820, ORCID: 0000-0002-8638-7458, ГРНТИ: 14.35.07*

**DIGITAL TRANSFORMATION OF THE HOTEL BUSINESS**

**Protsenko Y. V.,**

*Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor*

*Head of the Economics Faculty,*

*Institute of Economics and Management in Industry, Moscow*

*E-mail: [procenko@rosinstitut.ru](mailto:procenko@rosinstitut.ru).*

*SPIN-код: 8313-7820, ORCID: 0000-0002-8638-7458, ГРНТИ: 14.35.07*

*Аннотация.* Вопросами цифровой трансформации в индустрии гостеприимства занимаются как российские, так и зарубежные исследователи. Пандемия COVID-19 ускорила внедрение технологий в индустрии гостеприимства, особенно бесконтактных сервисов – мобильных приложений, самостоятельной регистрации, виртуальных ассистентов и чат-ботов. Индустрию гостеприимства ждет эволюционный переход в индустрию услуг, основанную на цифровых технологиях и успешно применяющую возможности «интернета вещей», искусственного интеллекта, роботов и блокчейн. Предприятиям гостеприимства, а особенно гостиницам нужно более кардинально пересмотреть свои технологические стратегии и подходы к ритейлу, дистрибуции и реализации услуг. В статье рассмотрена актуальность создания новых моделей привлечения, обслуживания, взаимодействия и повышения лояльности гостей через множество цифровых точек контакта, во всех каналах и на всевозможных устройствах. В статье проведен анализ того, зачем гостинице цифровая трансформация и как она сокращает разрыв между тем, что ожидают получить «цифровые» клиенты, и тем, что на самом деле предлагает «аналоговый» бизнес. Технологии открыли людям доступ к неограниченной информации при планировании путешествия. С другой стороны, они создали то, что психологи называют «парадоксом выбора»: чем больше есть вариантов, тем больше беспокойства и нерешительности ощущает человек при принятии решения. По оценкам McKinsey, путь выбора гостиницы – от первого поискового запроса до бронирования – занимает в среднем 36 дней и включает 45 точек взаимодействия с разными поисковыми системами и веб-сайтами с нескольких цифровых устройств. Рассматриваются цифровые технологии в которые уже сегодня стоит инвестировать. Результатами исследования стали выявленные стратегические цели, которые помогает достичь цифровая трансформация отеля, и рекомендации для их применения на практике. Данная статья будет интересна как начинающим, так и опытным отельерам, планирующих внедрить цифровые технологии как в действующие, так и в проектируемые заведениях, а также студентам, обучающимся на направлениях подготовки «Гостиничное дело», «Менеджмент», «Туризм».

*Annotation.* Both Russian and foreign researchers are engaged in the issues of digital transformation in the hospitality industry. The COVID-19 pandemic has accelerated the adoption of technology in the hospitality industry, especially contactless services such as mobile apps, self check-in, virtual assistants and chatbots. The hospitality industry is about to evolve into a service industry based on digital technologies and successfully applying the possibilities of the Internet of Things, artificial intelligence, robots and blockchain. Hospitality businesses, and especially hotels, need to more radically rethink their technology strategies and approaches to retail, distribution and service delivery. The article considers the relevance of creating new models for attracting, servicing, interacting and increasing guest loyalty through a variety of digital points of contact, in all channels and on all kinds of devices. The article analyzes why a hotel needs digital transformation and how it bridges the gap between what digital customers expect and what the analog business actually offers. Technology has given people access to unlimited information when planning a trip. On the other hand, they created what psychologists call the "paradox of choice": the more options there are, the more anxiety and indecision a person feels when making a decision. McKinsey estimates that the hotel selection journey, from first search to booking, takes an average of 36 days and includes 45 touchpoints across multiple search engines and websites across multiple digital devices. Digital technologies are considered in which it is already worth investing today. The results of the study were the identified strategic goals that the digital transformation of the hotel helps to achieve, and recommendations for their application in practice. This article will be of interest to both beginners and experienced hoteliers who plan to introduce digital technologies in both existing and planned establishments, as well as students studying in the areas of training "Hospitality", "Management", "Tourism".

*Ключевые слова:* гостеприимство, аналитика, цифровизация, гостиничный бизнес, услуги

*Keywords:* hospitality, analytics, digitalization, hotel business, services

*Актуальность исследования* определяется тем, что по поручению В. В. Путина Правительством Российской Федерации утверждено постановление от 2 марта 2019 года №234 «О системе управления реализацией национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», согласно которому на условиях государственно-частного партнерства целесообразно увеличение инвестиций, по таким направлениям, как IT-продукты, IoT, сервисы с высоким экспортным потенциалом, Big Data [3].

Таким образом, в России с 2019 года цифровая экономика становится приоритетным направлением государственного развития. Активизация мероприятий в данной сфере создаст условия и возможности для увеличения доли цифровой экономики в валовом внутреннем продукте страны до 6% и более, а также обеспечит мультипликативное развитие отраслей, реальная добавленная стоимость в которых по предварительным оценкам может составить до 6-8 трлн. рублей в годовом исчислении [1].

*Задачи исследования* - изучение внедрение технологий в индустрии гостеприимства, особенно бесконтактных сервисов – мобильных приложений, самостоятельной регистрации, виртуальных ассистентов и чат-ботов; рассмотрение эволюционного перехода в индустрию услуг, основанную на цифровых технологиях; применение возможностей «интернета вещей», искусственного интеллекта, роботов и блокчейн; технологические новинки: от основанных на искусственном интеллекте (AI) до связанных с виртуальной / дополненной реальностью (VR / AR).

По оценкам McKinsey, путь выбора гостиницы – от первого поискового запроса до бронирования – занимает в среднем 36 дней и включает 45 точек взаимодействия с разными поисковыми системами и веб-сайтами с нескольких цифровых устройств. Человек испытывает



## СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

колоссальный цифровой шум, который в любой момент грозит перерасти в какофонию. В этих условиях отелям нужно постараться упростить путешественнику выбор. Для этого надо оказаться в подходящий момент с выгодным персонализированным предложением.

Среди главных стратегических целей, которых помогает достичь цифровая трансформация отеля, эксперты отмечают: рост доходов от прямых продаж и внедрения цифровых сервисов; снижение эксплуатационных расходов за счет оптимизации и ускорения бизнес-процессов; повышение качества гостиничных продуктов и развитие ассортимента услуг; рост уровня удовлетворенности и лояльности гостей [4].

Уход с российского рынка в начале 2022 года крупнейших агрегаторов бронирования ознаменовал масштабную перестройку гостиничной отрасли в рамках перспективных IT-разработок, которые будут серьезно менять бизнес-процессы в сторону цифровизации.

Рассмотрим развитие цифровых технологий в гостиничном бизнесе по трем направлениям:

*Первое направление - цифровые технологии, связанные с Гостем.*

Интернет вещей (internet of things, IoT) представляют собой устройства, которые функционируют самостоятельно в режиме реального времени на основе сети умных устройств и облачных сервисов. Интернет вещей базируется на таких составляющих как: Analytics, которая является основным элементом IoT-системы, благодаря которому объединяются сами устройства и оптимизируются бизнес-процессы; BigData – это инструменты для обработки структурированных и неструктурированных данных, позволяют автоматизировать существующие или строить новые; Connection – каналы для получения и передачи информации; Devices– девайсы, которые подключены к системе; Experience – аналитика уже имеющегося опыта работы. WiFi, Bluetooth или другие виды связи обеспечивают взаимодействие между гостем и «умным» номером.

Гости получают почти полный контроль над большинством устройств в номере через смартфон. С помощью мобильного приложения постояльцы могут управлять кондиционером, контролировать освещение, переключать ТВ-программы, удаленно вызывать лифт, а также связываться с персоналом в режиме 24/7 и заказывать дополнительные услуги. Технология IoT позволяет за счет использования гибких устройств и приложений обеспечить эффективный сервис и оптимизацию работы отелей [1].

Цифровые технологии позволяют гостю по-другому коммуницировать с персоналом и службами отеля, заказывать и получать услуги: зарядка беспроводного устройства; голосовой поиск; умное цифровое управление; голосовое управление; распознавание лиц; планшетный мониторинг; умные зеркала; консьерж видеочат.

Управление освещением в умном номере дает возможность создания сценария, например, вместе с открытием дверей номера, включается свет, устанавливается определенный климат, включается ТВ с видео приветствием и правилами отеля. Освещение выключается, когда гостя нет в номере определенное время. Управление шторами включает возможность открытия штор по графику: утром при пробуждении и вечером при выключении света. Открытие и закрытие штор может сопровождаться приятной музыкой.

Важным моментом является то, что миллениалы родились и росли во времена активного развития интернета и не практически не могут обходиться без мобильного телефона. Поэтому важно развивать цифровые технологии в гостиничном бизнесе при предоставлении услуг, сообщении информации, решении вопросов по качеству обслуживания предоставляя гостю продукты: робот-официант, мобильные ассистенты, чат-боты, электронные меню и др. Преимуществами внедрения первого направления технологий позволяет уменьшить количество персонала в отеле и повысить скорость и доступность в решении проблем.

## СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

Гостиничным компаниям потребуется программное обеспечение, которое будет эффективно решать вопросы по коммуникации с гостем: операции на стойке регистрации; управление бронированием; управление каналом продаж; учитывать детали прибытия гостя; процесс оплаты; запросы по дополнительной уборке номера; обеспечение внутренней связи в отеле; организация мероприятий; обслуживание в номере и др.

Автоматизация регистрации является «детищем» COVID-19, где функция автоматической регистрации помогает гостям избежать физического контакта с персоналом. Основные функции терминалов — самостоятельная регистрация при въезде / выезде, услуги виртуального консьержа, цифровая реклама и сопутствующие услуги.

22 сентября 2023 в центре Москвы, на Раушской набережной открылся первый в России цифровой отель ApeironSpace, которым можно управлять с помощью смартфона. Гость будет проходить чекин сам сканирует паспорт и попасть в номер Гость сможет, получив сгенерированный код на мобильный телефон, что делает открытие дверей более быстрым и безопасным процессом.

Все необходимое гостю — от бронирования до заказа еды в номер — доступно через мобильное приложение. Каждый номер — это умный дом в миниатюре. С помощью смартфона постоялец может управлять освещением, открывать и закрывать шторы, активировать телевизор и заказывать ужин. Сайт отеля <https://apeironspace.com/>

*Второе направление – цифровые технологии управления ресурсами (бизнесом).*

С 1992 года, ERP-система (enterprise resource planning), разрабатывалась инженерами IBM для облегчения бизнес-процессов в крупных производственных компаниях. Интеграция с облачными технологиями внесла изменения в бизнес-функции и сделала ERP-систему простыми в использовании. В основе современной ERP-системы лежит искусственный интеллект и машинное обучение.

В январе 2022 года о статистике использования ERP-систем пишет сетевое международное маркетинговое агентство G2:

«Статистика внедрения ERP поможет вам изучить тенденции рынка для ее быстрой и эффективной адаптации - 89% компаний определили бухгалтерский учет как наиболее важную функцию ERP. Другими функциями системы стали производственные проблемы (47%), инвентаризация и распределение (67%), управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) и продажи (33%) и технологии (21%). [7]

Тенденции в сфере гостиничных технологий заставляют отельеров искать передовые цифровые решения для более удобного управления комплексными операциями. Важным преимуществом для гостиничного предприятия при их использовании является интегрированность базовых бизнес-процессов для обеспечения интеллектуальной автоматизации, повышения эффективности и мгновенного получения аналитической информации.

ERP-системы сетевых гостиничных брендов работают по всему миру. Они позволяют гостиничным сетям через гибкость и скорость внутренних операций оперативно взаимодействовать с поставщиками услуг и партнерами для повышения конкурентоспособности. Такие системы обеспечивают интеграцию и интеллектуальную обработку данных для выполнения ежедневных алгоритмов работы служб отеля.

ERP-системы формируют гостиничную CRM-систему (Customer Relationship Management), которая при помощи цифровизации помогает выстраивать диалог с гостем и больше продавать услуг, так как гость будет более лояльным из-за того, что отель помнит день рождения его жены, привычку покупать вкусные сувениры для домашних, любимые блюда и напитки в ресторане.

## СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

Миграция аналитики в облако – неизбежный процесс для компаний, вынужденных поддерживать динамичность бизнеса и не желающих вкладывать лишние средства в покупку инфраструктуры. Большинство личных и рабочих инструментов уже находятся в смартфоне. Их будет все больше — по прогнозам консалтинговой компании Gartner, к 2025 году 95 процентов новых цифровых инициатив будут функционировать в облаке. Во многих отелях есть СПА, спортивные залы, игровые зоны и другие платные услуги, которые следует объединить и автоматизировать в одной облачной системе. Так, гости отеля смогут пользоваться смартфоном для оплаты всех услуг на территории гостиничного комплекса, а должностным лицам будет приходиться структурированный отчет по всем точкам продаж.

Облачная система управления отелем AutoPortye – это многозадачная система, объединяющая в себе все бизнес-процессы отеля и позволяющая в режиме реального времени отслеживать, а также анализировать состояние объекта размещения, помогая сотрудникам принимать эффективные решения и извлекать максимальную прибыль (сайт <https://autoportye.ru/>).

Компания Hetzner создала экосистему «Hetzner cloud» Hetzner решили не просто переформатироваться в облако, но и создать как дополнительную опцию для своих клиентов. Теперь можно объединять в одну экосистему выделенные серверы и облачные ресурсы.

Приведем пример кейса в индустрии гостеприимства по блокчейн-решению. Идея создать доступную и прозрачную альтернативу Booking.com с использованием блокчейна и токенизации, чтобы помочь отелям связываться с потребителями и напрямую проводить транзакции лежит в основе. Такое решение позволяет исключить посредников и обеспечить практически нулевые комиссионные сборы.

Компания OpenGeeksLab разработала блокчейн-решение для платформы GOeureka, которая на основе блокчейна формирует будущее онлайн-бронирования отелей.

Проблема GOeureka: четыре оптовика предоставили данные и услуги. Количество операций, выполняемых их сервисами, было ограничено пятью. Заказчику требовалась нагрузка 500 запросов в секунду только для каждого пользователя B2B, а также портала B2C. При работе напрямую с API оптовика пришлось бы ждать ответа на запросы от всех оптовиков, производить внутреннюю обработку полученных данных и только после этого отправлять ответ на запрос пользователя. Время ответа пользователю могло достигать в худшем случае 70 секунд.

Чтобы обеспечить необходимое количество запросов, компания OpenGeeksLab решила применить Big Data с прогнозированием и минимизировать запросы к оптовикам. Компания OpenGeeksLab разделила данные от оптовиков на: «статические» данные, которые редко изменяются и обновляются ниже пикового времени загрузки системы, и динамические запросы данных, которые мы не можем игнорировать. Компания OpenGeeksLab создала базу данных 400 000 отелей и добавила другую информацию — фотографии, номера, удобства.

Динамические данные представляли собой наличие номера на запрашиваемый период и его стоимость. Компания OpenGeeksLab спрогнозировали стоимость номера на основе Big Data, исторических данных и текущих цен с коэффициентами. Точность прогноза не превышала 5%. Эта актуальная цена была уточнена в процессе бронирования. Поисковик позволял выдавать клиентам результаты поиска с требуемым QPS.

Так как проектируемая нагрузка составляла 2-3 миллиона пользователей, компания OpenGeeksLab решила применить микросервисную архитектуру, которая позволила легко масштабировать систему до необходимых и больших нагрузок.

Применение микросервисной архитектуры и анализа больших данных позволило сократить время запроса с 70 до 4,6 секунд при неограниченном количестве источников с точностью данных 95%.

## СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

Клиенты могут зарабатывать кредиты GO в соответствии с суммами трат и обменивать их на гостиничные услуги или оплачивать номер.

Удобный интерфейс позволил отелям легко обновлять прайс-листы и управлять ими. Панель ценообразования, где цены могут быть обновлены по мере необходимости. Блокчейн Ethereum и смарт-контракт для генерации децентрализованных токенов GO и выполнения запросов на выплаты. Финансовая отчетность через блокчейн. Все транзакции внутри приложения проводятся через смарт-контракт, выполненный на платформе. Потребители могут легко просматривать отели и номера и бронировать желаемые. Оплата в фиатных валютах, криптовалютах (BTC, ETH) и токенах GO (GOT).

В настоящее время проект запущен в Центральной и Юго-Восточной Азии. Компания GOeureka будет взимать комиссию за транзакцию в размере 5% для всех платежей на портале, кроме токенов GO. Система вознаграждений: клиенты могут зарабатывать кредиты GO в соответствии с суммами трат и обменивать их на гостиничные услуги или оплачивать номер [9].

### *Третье направление – цифровые технологии бизнес аналитики*

Бизнес-анализ и аналитика до недавнего времени рассматривались как финансовые методы для решения задач финансового директора. Сейчас растет потребность в общедоступной финансовой, производственной и технической информации по всем процессам [2]

Основными факторами, влияющими на рынок интегрированной аналитики, являются рост числа организаций, основанных на данных, более широкое внедрение аналитики самообслуживания и растущий спрос на интеграцию аналитики с бизнес-приложениями. Рынок встроенных аналитиков быстро растет из-за перехода от традиционных аналитических методов анализа бизнес-данных к передовым технологиям и массивного всплеска потоков, структурированных и неструктурированных данных [5]

Технологии помогают отелям контролировать все бизнес-процессы в режиме «одного окна», особенно, что касается упрощения онлайн-продаж. Яндекс.Метрика используется для учета посещаемости сайтов, а также для анализа поведения пользователей. Сервис быстро определит с каких площадок пришли посетители и забронировали номер в отеле.

Генеральный директор, основатель и CEO компании Bnovo Валентин Микляев видит рост спроса на автоматизацию работы с каналами продаж с помощью программного обеспечения «Channel Manager». «Только за 2022 год, в рамках участия в программе Минцифры по субсидированию предприятий МСП, мы автоматизировали более 2500 гостиничных объектов по всей России, 80% из которых ранее не применяли решений цифровизации вообще».

По данным компании Bnovo в 2021 году продажи «от стойки» составляли львиную долю – 58,2%, а в 2022 году стали еще больше – 62,5%. Все каналы OTA (с англ. Online Travel Agency) вместе взятые в 2021 году приносили 37,4% бронирований, а в 2022 году - падение до 27%. Однако, модуль прямого бронирования на сайтах гостиниц, который в 2021 году обеспечивал остаточные 4,4%, в 2022 году вырос в объемах до 10,5%. Аналитика показывает, что в 2023 году такие каналы прямых продаж, как walk-in, когда бронь совершается оффлайн при заселении в отель (14,27%), и звонки на ресепшн (74,25%), продолжат доминировать.

Рынок онлайн-бронирования ставится консолидированным, поэтому в будущем около 90% броней будут приходиться через три-пять крупных каналов. По данным Bnovo на ноябрь 2022 года, ТОП-5 эффективных OTA сформировали такие российские компании, как Ostrovok.ru, 101Hotels.com, «Яндекс.Путешествия», МТС Travel (Bronevik.com) и «Суточно.ру» [6].

Растет спрос на инструменты, обеспечивающие ускоренную идентификацию гостя и автоматизацию рабочих процессов. Например, на онлайн-исследования, которые выявляют предпочтения гостей при выборе мест размещения. Такое ускоренное отслеживание потребительского поведения помогает вовремя исправить недостатки и провести более яркое промо достоинств гостиницы.

В заключении можно сделать вывод, что цифровые технологии помогают: применять специализированную технику в процессе уборки, создавать оптимальный микроклимат и значительно снижать издержки и контролировать закупки; обеспечить высокую производительность услуг; увеличить гибкость и скорость внедрения новых идей; снизить риск ведения бизнеса; повысить безопасность данных и обеспечить соответствие стандарту безопасности индустрии; снизить затраты на обслуживание инфраструктуры гостиницы. Таким образом, внедрение цифровых технологий будет повышать конкурентоспособность гостиничных предприятий на рынке гостиничных услуг.

***Литература:***

1. Богомазова, И. В., Аноприева, Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. №3 (85). С.37.
2. Брускин С. Н. Методы и инструменты продвинутой бизнесаналитики для корпоративных информационно-аналитических систем в эпоху цифровой трансформации // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2016. Т. 12. № 3-1. С. 234-239.
3. Данилова Н.Ф., Сараева И.В. Глобальное цифровое пространство: перспективы и угрозы для экономического развития стран // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление.Право. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 65-73.
4. Скорбенко С.В. Путь в цифровое будущее: как отелю стать более цифровым – URL: <https://welcometimes.ru/opinions/put-v-cifrovoe-budushchee-kak-otelyu-stat-bolee-cifrovym> Дата публикации: 09.06.2021.
5. Тимофеев, А.Г., Лебединская О. Г. Бизнес-аналитика в условиях цифровой трансформации государственного и корпоративного управления // УЭкС. 2017. №9 (103).
6. Трансформация индустрии гостеприимства 2022: новые решения и тренды :- URL: <https://www.trn-news.ru/analytics/106618> (дата обращения: 22.03.2023).
7. 60 статистических данных ERP, которые необходимо знать перед принятием решения о покупке: – URL: <https://learn.g2.com/erp-statistics> (дата обращения: 27.03.2023).
8. «AutoPortye» : офиц. сайт. – URL: <https://autoportye.ru/> (дата обращения: 25.03.2023).
9. GOeureka Платформа на основе блокчейна формирует будущее онлайн-бронирования отелей: офиц. сайт. – URL: <https://opengeekslab.com/projects/goeureka/> (дата обращения: 21.03.2023).

## ИСКУССТВО ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Илларионов Ю.Н.,**

*Доцент кафедры экономики, к.т.н.*

*Институт экономики и управления в промышленности*

*E-mail: [Illarionova1102@mail.ru](mailto:Illarionova1102@mail.ru)*

*SPIN-код: 8519-5466, Author ID: 986084*

*Аннотация:* работа посвящена детальному исследованию «интервью-переговор-собеседования», которая позволит получить максимальной информацией об кандидате. В настоящее время никого не нужно убеждать в том, что грамотные сотрудники, мотивированные, необходимы для конкретной работы в конкретной организации компетенциями в большой степени определяют успех бизнеса, конкурентоспособность фирмы.

*Ключевые слова:* профиль, компетенция, «интервью» интервью-переговоры, ситуационные задачи, этапы собеседования.

*Структура и закономерности интервью-собеседования.*

Успешность проведения интервью-собеседования зависит от продуманной структуры. Так как в любых переговорах, при проведении интервью-собеседования надо добиться ряд поставленных целей.

Первая цель (этап) – это установления контакта с человеком таким образом, чтобы его реакции были максимально адекватны, он максимально раскрылся, и мы могли, с одной стороны, получить от него полную, необходимую информацию и, с другой стороны, мотивировать его на дальнейшее взаимодействие с нами и заинтересовать работой в компании. В связи с этим интервью имеет смысл проводить как переговоры, т.е. процесс, в котором обе стороны имеют равные или близкие к равным права, заинтересованы в друг друге, а также в том, чтобы передать и получить всю полезную им информацию. Одна из типичных ошибок, с которой приходится сталкиваться, - это ведение интервью в виде допроса. Ошибкой это можно считать не только исходя из этических соображений, но и с той точки зрения, что таким образом мы демотивируем наиболее успешных игроков рынка труда, порти́м репутацию компании, а главное – не получаем картины адекватного поведения человека.

Ситуация интервью-переговоров дает возможность обеим сторонам понять, подходят ли они друг другу. Переговоры предполагают равные права сторон во взаимной оценке, проявлении заинтересованности и основываются на нескольких принципах и закономерностях.

Базовая идея, которая лежит в основе эффективного интервью, состоит в том, что нет универсально хороших или универсально плохих кандидатов, так же как нет универсально хороших или плохих компаний: есть подходящие друг другу или не подходящие. Мы делаем вывод о том, подходит ли нам кандидат на основе его соответствия тому профилю компетенций, который мы составили, а кандидат оценивает компанию исходя из собственных особенностей личности, мотивации и предпочтений по коллективу. Ошибки во взаимной

## СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

оценке, какой из сторон они бы ни были сделаны, приводят к очень плачевным результатам: кандидат выходит на работу, компания вкладывает время, усилия, эмоции своих сотрудников, а также средства в процесс адаптации, обучения и коучинга сотрудника. Поэтому сразу же отметим, что гораздо выгоднее еще на этапе интервью выявить полное или частичное несоответствие, чем сделать предложение кандидату, который не подходит нам или которому не подходим мы.

Правильное и всестороннее его понимания обеими сторонами друг друга, имеет смысл взять за основу определенную структуру, нам напоминающую структуру переговоров (коммерческих переговоров).

Дать возможность расслабиться и самое главное вести себя адекватно.

Второй значимый этап – он краткий (до 15-20 минут) в зависимости от значимости и сложности позиции – это разговор о компании (фирме). Опыт работы показывает-сначала надо спросить кандидата, что он знает об организации (фирме).

Это позволит понять его заинтересованность. Деловой этикет и корректность (подготовился ли к встрече). Так же мы можем оценить в первом приближении его мотивы, так как многие кандидаты, говоря о компании, выделяют именно то, что для них значимо. Если вы хотите проявить вежливость и заинтересованность в кандидате, то стоит ему рассказать немного о компании и вакансии. Однако старайтесь при этом не подсказывать социально желательных ответов!

Третий этап – это собственно интервью в традиционном понимании этого слова, т.е. предложение кандидату ряда вопросов, ситуационных задач и т.д. (тому как правильно провести этот этап, и посвящена большая часть рассматриваемых методик). Сколько времени должен занимать этот этап, зависит от используемых методик, сложности вакансии и подхода компании. В среднем на интервью необходимо от получаса до часа, однако в ряде случаев оно может длиться полтора часа. При более длительных интервью падает эффективность восприятия информации, поскольку внимание участников расплывается, и к тому же за несколько часов люди просто устают. На этом этапе интервью стоит учитывать несколько моментов.

Их можно так:

- а) методики должны быть разнообразными, каждое значимое предположение стоит перепроверять, используя различные методики (Например, мы хотим оценить основные мотиваторы кандидата. В такой ситуации можно использовать как проективные вопросы, причем несколько разных вариантов, так и ситуационные. Если же делать выводы на основании только одного ответа по одной методике, мы легко можем получить случайный, низкой степени достоверности или неполный результат.);
- б) имеет смысл чередовать темы вопросов, т.к. это позволяет максимально снизить вероятность получения социально желательных вопросов;
- в) вопросы следует задавать в быстром темпе;
- г) вести процесс записи вопросов и ответов (самое главное, чтобы кандидат не видел, что вы записываете его ответы);
- д) не стоит задавать много биографических вопросов, (т.к. вы накануне смотрели и читали его резюме);
- е) не надо планировать весь сценарий интервью-собеседования заранее, есть смысл варьировать виды вопросов и темы, исходя из поведения и ответов кандидата.

Четвертый этап-дать возможность кандидату задать вам интересующие его вопросы. (наиболее приемлемый вариант-это умеренное количество вопросов (а их до 5 штук):

## СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

связанных с содержанием работы, типом корпоративной культуры, отношениями в коллективе, уровнем принятия решений и ответственности, и спецификой бизнеса.

Наиболее оптимален и вполне нормален также ответ: «Пока вопросов нет, они появятся в случае дальнейших встреч или предложений».

Последний, этап интервью предполагает возможность оговорить алгоритм продолжения взаимодействия. При этом кто ведет собеседование стоит взять инициативу на себя и оговорить, будут ли еще встречи, их примерные сроки и цель встреч. Если речь идет о заключительном интервью, то стоит оговорить срок и порядок получения ответа. Очень часто бывает так, что кандидату обещают позвонить в любом случае и не звонят в случае отрицательного результата: вполне понятно, что при большом конкурсе и количестве кандидатов трудно всем дать ответ. В этой ситуации больше подходит формулировка: «Мы позвоним в случае положительного решения, но вы можете связаться со мной в такие-то сроки таким-то образом (телефон или электронная почта) и уточнить, как обстоят дела». Если вы предполагаете, что промежуточный этап (между двумя интервью или между итоговым интервью и окончательным принятием решения) может затянуться на долго, стоит это оговорить, так как в ином случае кандидат может принять ваше долгое молчание за отказ.

Вывод: Структура интервью-собеседования, построенная таким образом, позволяет добиться нескольких целей: получить максимально достоверную информацию, пользуясь теми методиками, которые рассмотрены, оставить у кандидата хорошее впечатление о себе и компании и грамотно договориться о дальнейшем взаимодействии в будущем.

### *Литература:*

1. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения: учебник и практикум для вузов / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024
2. Илларионов, Ю. Н. Социально-психологический климат в организации в современных условиях / Ю. Н. Илларионов // Аудит. – 2022. – № 3. – С. 35-37.
3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. — 4-е изд., доп. и перераб. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 695 с.



## ИНТЕГРАЛЬНО-МОДУЛЬНЫЙ ПОДХОД В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Воронина В.Э.,**

*Руководитель центра ДПО, к.ф.-м.н.*

*Институт экономики и управления в промышленности*

*E-mail: [voronina@rosinstitut.ru](mailto:voronina@rosinstitut.ru)*

*SPIN-код: 2784-1485, Author ID: 721024*

*Аннотация.* В статье рассмотрено воздействие системы профессионального образования на повышение качества образования с помощью разработки инновационных педагогических идей, теорий и технологий; подготовки специалистов сферы профессионального образования для решения конкретных задач производственных процессов экономики в целом.

Образование является важнейшей сферой общественной жизни. Система образования характеризуется совокупностью принципов, институциональных формирований и энергоинформационных кодов, определяющих его повседневное развитие и функционирование. Соответственно, будущее народа и направление его духовного и интеллектуального развития сильнейшим образом зависит от конкретного наполнения различными социальными институтами, учебными дисциплинами, системами методик подачи и усвоения информации, а также структурой построения образовательных учреждений.

Правительством Российской Федерации объявлено приоритетным направлением дальнейшее развитие образования, когда был принят в 2012 году Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» [1].

Для уменьшения разрыва между достижениями естественных наук и уровнем естественнонаучной подготовки специалистов необходимо обновление данной системы образования, т.е. фундаментализация высшего естественнонаучного образования, которое заключается в придании нового качества естественнонаучным дисциплинам.

Новое качество отражает системность, систематичность, гибкость знаний, обобщенное и целостное представление о естественнонаучной картине мира, охватывающей наиболее общие свойства и закономерности природных явлений. Развитие методики преподавания цикла естественнонаучных дисциплин должно включать в себя универсальность естественнонаучного знания и его эмпирической базы, направленность на интеллектуальное развитие личности на основе единого методологического подхода, сочетающего принципы проблемности и деятельности, научности и технологичности, осуществляемое в гармонии со всеми остальными ее элементами. Новое качество преподавания способно принести образованию неопределимую пользу, в то же время ее повреждение или необдуманная искусственная ломка могут создать для него катастрофические и необратимые последствия [2, 3].

Воздействие системы профессионального образования на повышение качества образования осуществляется через многоканальный механизм, который включает: разработку инновационных педагогических идей, теорий и технологий; подготовку специалистов сферы профессионального образования.

В основе необходимости проведения реформы образования лежат факторы:

## СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

- необходимость преодоления разрыва между неизмеримо возросшим объемом знаний, накопленных за последнее время наукой и практикой, и возможностями их усвоения студентами;
- включение этого банка мыслей, идей, сведений, практических навыков в процесс экономического развития нашей страны.

Согласно экспертной оценке в настоящее время в российском профессиональном образовании существуют три корневые проблемы:

1. Крайнее отставание содержания профессионального образования от потребностей страны и рынка труда, от тенденций мирового экономического развития, что вызывает неудовлетворенность отечественных работодателей и стимулирует высокий уровень безработицы, и как результат делает систему профессионального образования и, соответственно, экономику страны неконкурентоспособной;
2. Возникновение на рынке труда дефицита квалифицированных рабочих, обладающих навыками работы на современном оборудовании по современным технологиям;
3. Неэффективность использования бюджетных ресурсов за счет некачественной подготовки во многих профессиональных образовательных учреждениях «специалистов» по конъюнктурным специальностям, непрофильным для данного учреждения.

Экспертная оценка также делает акцент на основных факторах, влияющих на развитие профессионального образования:

- 1) отсутствие эффективной системы мониторинга текущих и перспективных потребностей различных отраслей народного хозяйства в квалифицированных рабочих и специалистах;
- 2) устаревшая материально-техническая база;
- 3) крайне низкий размер стипендиального обеспечения;
- 4) законодательная и нормативно-правовая база, регулирующая деятельность профессионального образования, не в полной мере соответствует современной системе экономических отношений;
- 5) законодательно не урегулирован порядок участия предпринимателей в поддержке системы учреждений среднего профессионального образования;
- 6) учреждения системы профессионального образования не имеют налоговых льгот.

Решение задач модернизации российского образования в настоящее время связано:

- с внедрением новых государственных образовательных стандартов общего образования на основе компетентностного подхода; моделей непрерывного профессионального образования, обеспечивающего каждому человеку возможность формирования индивидуальной образовательной траектории для дальнейшего профессионального роста;
- с введением нового перечня направлений подготовки (специальностей) и профессий профессионального образования адекватных мировым тенденциям, потребностям рынка труда и личности;
- с внедрением новых образовательных технологий и принципов организации учебного процесса, обеспечивающих эффективную реализацию новых моделей и содержания непрерывного образования, в том числе, с использованием современных информационных и коммуникационных технологий;
- с реализацией системы мер, обеспечивающих участие России в Болонском и Копенгагенском процессах с целью повышения конкурентоспособности российского профессионального образования на международном рынке образовательных услуг и обеспечение возможности участия российских студентов и выпускников учреждений в системе непрерывного образования.

К наиболее важным особенностям перспективной системы университетского образования мы относим:

- **усиление гуманизации и фундаментализации** [4,7] **естественнонаучного образования**, что обуславливает, наряду с его профессиональной направленностью, включение интегративных дисциплин, в том числе химических, обеспечивающих целостное восприятие их содержания и формирование научного мировоззрения; гуманизацию можно рассматривать не только как тенденцию развития образования, но и как важнейшую внутреннюю суть его нового качества, особенно необходимую в сфере взаимоотношений «человек - человек», характерной как для педагогической, так и научно-исследовательской профессиональной деятельности;
- **гуманитаризацию образования**, что связано с включением цикла общих естественнонаучных дисциплин в гуманитарное образование и, соответственно, цикла общих гуманитарных дисциплин - в естественнонаучное и техническое образование; человек живет в обществе и для его гармонической социализации необходимо погружение в существующую культурную среду через освоение истории, права, культурологии, экономики, философии;
- **информатизацию образования** [5]. Лавинообразное нарастание информации потребовало введения новых средств и техники для их обработки. В обществе постоянно повышается потребность в развитии производства информационных средств для создания, передачи, хранения, обработки, тиражирования информации и автоматизации информационных процессов; современный человек живет в условиях насыщенной информационной среды, и задача системы образования -- научить его жить в этой среде, создать предпосылки и условия для непрерывного самообразования;
- **многоуровневую интеграцию** (целей, содержания, показателей усвоения и т.д.) [6];
- **экологизацию естественнонаучного образования**, необходимую для решения глобальных и региональных экологических проблем. Очень важно, на наш взгляд, гармонизировать отношения человека с природой через знакомство с современной естественнонаучной картиной мира и проблемами биосферы и вселенной в целом, уяснить место человека в природе и на этой основе решить проблемы экологии и более широко – ноосферы.

По мнениям экспертов для решения обозначенных проблем предлагается **принятие ряда следующих комплексных мер**:

1. Необходимо повысить привлекательность отдельных специальностей и сделать доступным обучение по дефицитным профессиям. Здесь можно подумать о повышенных стипендиях и иных формах доплат из бюджетов регионов.
2. Необходимо направить денежные средства из федерального бюджета на подготовку кадров, важно при этом работать на опережение, анализируя с работодателями в различных отраслях народного хозяйства, каковы будут потребности (нужды) экономики в ближайшие два-три года.
3. Увеличение финансирования среднего профессионального образования. Реальное недофинансирование потребностей деятельности образовательных учреждений достигает 45%.
4. Необходим переход на новый порядок бюджетного нормативного финансирования учебных заведений, ориентированный на результат. Введение критериев результативности деятельности учебных заведений среднего профессионального образования.
5. Сохранение и развитие системы интеграции среднего профессионального образования с высшей школой.

6. Обеспечение мер дополнительной государственной поддержки платного образования, негосударственного сектора профобразования.
7. Развитие образовательного кредитования, субсидий, грантов, увеличение стипендиального фонда.
8. Включение в приоритетный национальный проект мероприятий, в части поддержки и развития среднего профессионального и высшего образования.

Эти цели и задачи могут быть решены при использовании комплекса методологических подходов, таких как: системный, интегративно-модульный, личностно-деятельностный, алгоритмико-эвристический, компетентностный [3, 5] и другие.

Учитывая общие направления системы образования студентов естественнонаучных факультетов, основным стратегическим подходом к формированию содержания и структуры естественных дисциплин является интегративно-модульный подход, который предполагает внутри- и межпредметную интеграцию содержания, оформление основных подсистем знаний в виде модулей и их дидактико-методическое обеспечение.

Модульный подход характеризуется дискретностью, точностью направления цели обучения, вариативностью, самостоятельностью и индивидуальностью. Модульное обучение вобрало в себя лучшие черты как традиционного, так и инновационного подходов в образовании. Модульная образовательная технология предполагает четкое определение целей обучения, а его содержание должно быть в объеме, достаточном для достижения этих целей. Обучение осуществляется с учетом потребностей учащихся. Различные формы модульного обучения широко используются в ведущих вузах США, западной Европы, а в последние годы стали распространяться в вузах нашей страны. По оценкам американских специалистов с помощью модульного подхода удается сократить до 30% курса, а иногда и более.

Интегративно-модульный подход дает существенную экономию времени, которая направлена на усиление учебно-исследовательской деятельности, на усвоение знаний в действии.

*Вывод.* Из всего вышесказанного следует, что образование студентов естественнонаучных специальностей должно быть фундаментальным и полифункциональным, а обучение необходимо осуществлять на фундаментально-функциональной и экспериментально-практической основе, существенно активизируя при этом интеллектуальную, методологическую и экспериментально-исследовательскую деятельность студентов естественных факультетов ВУЗов.

### *Литература:*

1. Борулава, М.Н. Теория и практика гуманизации образования / М.Н. Борулава, - М.: Гелиос АРВ, 2000. - 337 с.
2. Беспалов, П.И. Основы модульной технологии обучения / Беспалов П.И. // Химия в школе. - 2004. - №3. - С. 26 - 32.
3. Гильманшина, С.И. Формирование профессионального мышления будущих учителей на основе компетентностного подхода: автореферат дисс. доктора пед. наук. - Казань, 2008. - 39 с.
4. Гладун, А.Д. Роль фундаментального естественнонаучного образования в становлении специалиста / А.Д. Гладун // Высшее образование в России. - 1994. - №4. - С. 43 -52.
5. Компетентностный подход к преподаванию: методическое пособие / Департамент образования г. Москвы, Юго-Запад. окр. упр., окр. метод.центр; [сост. сб.: И.В. Павлова, Т.С. Фещенко, О.И. Лебедева; под общ. ред. М.Ю. Тихонова]. - М.: Новый учеб., 2008. - 154 с.

## **СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА**

6. Кузнецова, Н.Е. Интегративно-акмеологический подход как методология вхождения в европейский образовательный процесс / Н.Е. Кузнецова // Академические чтения «Научное обеспечение процесса интеграции российского образования в общеевропейское пространство». - СПб., выпуск 5, 2005. - С. 26 - 30.
7. Кузнецова Н.Е. Фундаментализация как фактор повышения качества университетского педагогического образования/Н.Е. Кузнецова // Академические чтения Модернизация университетского образования в современных условиях г. Санкт-Петербург, выпуск 2, 2001. - С. 37 - 42.
8. Кузнецова, Н.Е. Фундаментализация, системность и действенность естественнонаучного образования/ Н.Е. Кузнецова // Роль академической науки в развитии современного образования. Вып. 1. - СПб., 2001. - С.32.