



АПНИ

• 12 МАРТА • 2025



НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ ПО МАТЕРИАЛАМ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ Г. БЕЛГОРОД

АГЕНТСТВО ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
(АПНИ)

НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ,
СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Сборник научных трудов

по материалам
Международной научно-практической конференции
г. Белгород, 12 марта 2025 г.

Белгород
2025

УДК 001
ББК 72
Н 94

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:
apni.ru

Редакционная коллегия

Духно Н.А., д.ю.н., проф. (Москва); *Васильев Ф.П.*, д.ю.н., доц., чл. Российской академии юридических наук (Москва); *Винаров А.Ю.*, д.т.н., проф. (Москва); *Датий А.В.*, д.м.н. (Москва); *Кондрашихин А.Б.*, д.э.н., к.т.н., проф. (Севастополь); *Котович Т.В.*, д-р искусствоведения, проф. (Витебск); *Креймер В.Д.*, д.м.н., академик РАН (Москва); *Кумехов К.К.*, д.э.н., проф. (Москва); *Радина О.И.*, д.э.н., проф., Почетный работник ВПО РФ, Заслуженный деятель науки и образования РФ (Шахты); *Тихомирова Е.И.*, д.п.н., проф., академик МАН, академик РАН, Почетный работник ВПО РФ (Самара); *Алиев З.Г.*, к.с.-х.н., с.н.с., доц. (Баку); *Стариков Н.В.*, к.с.н. (Белгород); *Таджибоев Ш.Г.*, к.филол.н., доц. (Худжанд); *Ткачев А.А.*, к.с.н. (Белгород); *Шаповал Ж.А.*, к.с.н. (Белгород)

Н 94 **Наука и технологии в контексте устойчивого развития: экологические, социальные и экономические аспекты** : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 12 марта 2025 г. / Под общ. ред. Е. П. Ткачевой. – Белгород : ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2025. – 96 с.

ISBN 978-4-4968-2440-1

В настоящий сборник включены статьи и краткие сообщения по материалам докладов международной научно-практической конференции «Наука и технологии в контексте устойчивого развития: экологические, социальные и экономические аспекты», состоявшейся 12 марта 2025 года в г. Белгороде. В работе конференции приняли участие научные и педагогические работники нескольких российских и зарубежных вузов, преподаватели, аспиранты, магистранты и студенты, специалисты-практики. Материалы сборника включают доклады, представленные участниками в рамках секций, посвященных вопросам естественных, технических, гуманитарных наук.

Издание предназначено для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и разработками, передовыми достижениями науки и технологий.

Статьи и сообщения прошли экспертную оценку членами редакционной коллегии. Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

УДК 001
ББК 72

© ООО АПНИ, 2025
© Коллектив авторов, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ «НАУКИ О ЗЕМЛЕ»

Кузнецов А.М.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ 5

СЕКЦИЯ «ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

Коротков А.Д.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОТОПЛЕНИИ ИСТОРИЧЕСКИХ
МУЗЕЕВ 13

Лирицман Е.Э.

ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДА К ИНСПЕКТИРОВАНИЮ
ПРОИЗВОДСТВА МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ В СРАВНЕНИИ С МИРОВЫМ ОПЫТОМ 19

Шамурзаев Б.

AI В HVAC: КАК АЛГОРИТМЫ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ МОГУТ
ИЗМЕНИТЬ ПОДХОД К ОБСЛУЖИВАНИЮ И РЕМОНТУ 26

СЕКЦИЯ «ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

Михайленко А.Ю.

ТЕХНОЛОГИЯ «КАСТОМ-МЕБЕЛЬ» КАК ИННОВАЦИОННЫЙ
ВИТОК РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРОВ
В ПРОЕКТИРОВАНИИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ МЕБЕЛИ
ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ, УЧРЕЖДЕНИЙ, МАГАЗИНОВ 36

СЕКЦИЯ «ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ»

Белозерских Д.С.

ЛЕГАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ДОГОВОРА
СИНДИЦИРОВАННОГО КРЕДИТА 44

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

Голубков А.А.

МЕТОДЫ ПОСТРОЕНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И
ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА 48

СЕКЦИЯ «ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ»

Журавлёва В.И.

ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ У ДЕТЕЙ
ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В ПРОЦЕССЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ
В ОКРУЖАЮЩЕМ МИРЕ 69

Пархоменко Л.С., Зинковская Т.Н., Котягина К.В. ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ	74
Пчелинцева А.В. ОТ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА В ШКОЛЕ К НОВОМУ КАЧЕСТВУ ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОГБОУ «ВАЛУЙСКАЯ СОШ № 4») ...	79
Ратахин Н.В., Гузова К.А. ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ КОМПОНЕНТОВ САМОСОЗНАНИЯ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....	88
Серкина Д.П., Стрижикозина Е.Н., Титовская Ж.С. ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ДОШКОЛЬНИКОВ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И МУЗЫКИ.....	92
Скочко Е.В., Клименко Н.А., Иньякова Н.П., Титовская Ж.С. НРАВСТВЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В РАМКАХ РАБОТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ПЛОЩАДКИ «В ГОСТЯХ У МАТРЁШКИ – ГОВОРИМ О РОССИИ».....	95

СЕКЦИЯ «ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»

Майорская Д. НАСТАВНИЧЕСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ АДАПТАЦИИ НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЕ	98
---	----

СЕКЦИЯ «НАУКИ О ЗЕМЛЕ»

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Кузнецов Андрей Михайлович

учитель, ОГБОУ «Валуйская СОШ № 4», Россия, г. Валуйки

***Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые аспекты глобальных проблем, включая экологическую деградацию, дефицит природных ресурсов, неравномерность экономического развития, демографический рост и их влияние на устойчивое развитие. Особое внимание уделено роли международного сообщества, государства, бизнеса и образовательных учреждений в решении данных проблем.*

***Ключевые слова:** устойчивое развитие, экологические вызовы, социальные вопросы, международные организации, климатическая политика, зеленая экономика, природные ресурсы, демографический рост.*

Глобальные экологические проблемы во взаимосвязи с социальными вопросами в настоящее время признаются исключительно важными для человечества. Поиски путей их решения привели к разработке концепции устойчивого развития в 1980-е годы и впоследствии к первым шагам на пути к ее реализации.

Устойчивое развитие зафиксировано в целях ведущих международных организаций – ООН, Всемирного банка, Всемирной торговой организации и др., в региональных интеграционных соглашениях (ЕС, НАФТА и др.), отдельных государствах. Практически все цели развития тысячелетия ООН тесно переплетены с реализацией концепции.

На первоначальном этапе идея устойчивого развития рассматривалась преимущественно как препятствие мировому развитию в том его понимании, какое характерно в основном для экономических теорий XVIII – первых трех четвертей XX в. и воспитанного на этих теориях крупного бизнеса. Это понимание сводит экономическое развитие к узко количественному аспекту, отражаемому ростом традиционных макроэкономических показателей (прежде всего ВВП). Однако впоследствии, особенно с формированием представлений о качестве экономического роста, за идеей устойчивого развития стали все более признавать стимулирующее значение для него.

В последние годы концепция получила новый импульс в условиях растущего консенсуса ученых по поводу происходящих климатических изменений как результата использования человечеством ископаемых источников энергии, финансово-экономического кризиса первого десятилетия XXI в., осознания ограниченности природных ресурсов, роста цен на продовольствие и сырьевые товары, вследствие чего более всего страдают беднейшие слои населения.

К реализации идей устойчивого развития все активнее подключаются все участники международных отношений: международные организации, государства, бизнес, общественные организации и образовательные учреждения, отдельные граждане. Свой вклад в преподавание и исследования по этой тематике вносит и Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, где в программы обучения студентов была включена эколого-экономическая и социальная проблематика, учитывая факт роста востребованности специалистов данного профиля.

Специфика преподавания в университете заключается в особом внимании, уделяемом международным аспектам реализации концепции устойчивого развития; именно эти аспекты авторы в первую очередь попытались отразить в учебнике.

Структура учебника обсуждалась среди авторитетных специалистов в области устойчивого развития. Учебник не претендует на исчерпывающий охват всех аспектов столь широкой темы, как устойчивое развитие, учитывая, что проблемы устойчивого развития носят междисциплинарный характер и до сих пор активно прорабатываются. Вместе с тем он имеет новаторский и комплексный характер, включая основные вопросы устойчивого развития и затрагивая те, которые могут представлять интерес в будущем.

В учебнике даются базовые представления о глобальных экологических проблемах и концепции устойчивого развития, освещаются тенденции развития зеленой экономики (теоретические представления о ней находятся в стадии изучения), климатической политики, излагаются вопросы участия

международного сообщества, государств и бизнеса в реализации концепции, ее социальные и гендерные аспекты. Большое внимание уделено особенностям реализации концепции устойчивого развития в России. Авторы постарались дать анализ и критическое осмысление проблем устойчивого развития.

Каждый автор является экспертом в соответствующей области, что признано серией публикаций в рецензируемых журналах и цитированием его работ, участием в конференциях по данной тематике. Для удобства студентов на протяжении всего текста сделаны врезки с основными понятиями и примерами, подтверждающими важнейшие тезисы учебника. Каждая глава содержит контрольные вопросы, помогающие не только усвоить изложенный материал, но и самостоятельно проконтролировать степень его освоения.

Авторы надеются, что учебник получился интересным и современным, что он пробудит интерес к дальнейшему изучению проблем устойчивого развития и зеленой экономики.

Понятие и сущность глобальных проблем

Глобальные проблемы – общее название ряда проблем, порожденных современной цивилизацией, от решения которых зависят устойчивость ее развития и более того – ее выживание.

Глобальные проблемы, во-первых, обусловлены общемировыми тенденциями развития человечества в Новое время, т.е. действиями, в которые в XX в. оказалось вовлечено практически все человечество, хотя первоначально они направлялись стереотипами социально-экономического поведения и ценностными установками, господствовавшими в западноевропейских странах; во-вторых, они имеют принципиальное значение для развития всех и каждого; в-третьих, их решение требует согласованных усилий всех стран и народов мира.

Существование глобальных проблем было осознано в середине 1960-х годов, тогда же они стали предметом научных исследований и широких дискуссий в развитых странах и СССР, а в следующем десятилетии – и в третьем мире. Известно множество дефиниций глобальных проблем (практически все они по-разному уточняют приведенное здесь общее определение) и

синонимичных терминов (универсальные, общечеловеческие, общемировые, планетарные проблемы, глобальные проблемы человечества, глобальные проблемы цивилизации и пр.).

Существуют различные классификации глобальных проблем, но ни одна из них не удовлетворяет критериям полноты и логической строгости.

Исторически первой глобальной проблемой, на которой было сосредоточено внимание политических деятелей, общества и исследователей, была угроза ядерной войны. Хотя полная картина последствий широкомасштабной ядерной войны остается не вполне изученной, не вызывает сомнений, что использование хотя бы половины накопленных ядерных арсеналов повлечет гибель цивилизации.

Карибский кризис 1962 г., поставивший мир на грань ядерного конфликта СССР и США, стал импульсом для ее обостренного восприятия, однако анализ причин формирования и «механизма» ее развития привел к пониманию еще одной глобальной проблемы – гонки вооружений – и обнажил их тесные взаимосвязи.

Попытки решения проблем ядерной угрозы и гонки вооружений привели к заключению ряда международных соглашений, которые дали основание говорить о значительном прогрессе в решении этих глобальных проблем.

Однако появление ядерного оружия в ряде стран, не присоединившихся к договору о его нераспространении, а также других видов оружия массового поражения, бурный рост рынка вооружений, на котором в качестве активных покупателей стали выступать государства, не являющиеся сторонами каких-либо ограничивающих международных соглашений, ослабление устойчивости мирового сообщества вследствие разрушения его двухполярной структуры (1991 г.), рост международного терроризма заставили более скромно оценивать значимость этого прогресса.

После террористического акта в США 11 сентября 2001 г., когда в полной мере стала ясна опасность, исходящая от международных террористических

сетей и организаций, международный терроризм рассматривается как одна из наиболее острых глобальных проблем.

Изучение глобальных проблем, связанных с военными аспектами бытия современной цивилизации, неизбежно привело к постановке вопроса об их экономических и социальных причинах, а также последствиях.

Соответственно, как социально-экономические глобальные проблемы были осознаны резкий разрыв в уровнях развития и благосостояния различных стран и регионов мира, массовая бедность в развивающихся странах. Эти факторы могут стать сильнейшими дестабилизаторами глобальной политической обстановки, хотя сначала проявляются в национальных и региональных масштабах.

Для формирования социально-экономических глобальных проблем огромное значение имел демографический взрыв, с которым тесно взаимосвязаны и другие глобальные проблемы.

Сдерживание демографического роста рассматривается не только как самостоятельная глобальная проблема, но и как средство решения по крайней мере некоторых других из них.

Рост численности населения мира будет продолжаться, согласно прогнозам, примерно до середины XXI в., и демографический фактор останется одним из наиболее существенных во всех глобальных процессах не только вплоть до стабилизации численности, но и, возможно, в течение некоторого периода после этого.

Деградация окружающей среды в местах размещения экологоемких промышленных предприятий и интенсивного сельского хозяйства стала стимулом не только к региональным, но и к глобальным экологическим исследованиям, и в докладе Римскому клубу «Пределы роста» (1972 г.) была сформулирована еще одна глобальная проблема – экологическая.

Характеризуемая ею угроза состоит в том, что в результате чрезмерного антропогенного давления биосфера может перейти в состояние, несовместимое с выживанием цивилизации.

В дальнейшем выяснилось, что эта глобальная проблема представляет собой комплекс взаимосвязанных проблем, ниже они охарактеризованы более подробно.

Мировой энергетический кризис 1973-1974 гг. чрезвычайно обострил вопрос об обеспеченности мирового хозяйства природными ресурсами и определил постановку глобальной ресурсной проблемы.

Однако анализ этой проблемы и практика последних десятилетий XX в. и первых лет XXI в. показали, что рыночная система, гибко реагирующая на реальный и предвидимый в не слишком далекой перспективе дефицит, научно-технический прогресс, ориентированный на разработку ресурсоэкономных технологий и заменителей дефицитных ресурсов, долгосрочное государственное регулирование в основном справляются с ресурсными проблемами.

Заведомое исключение – пресная вода, потребляемая в гигантских и непрерывно расширяющихся масштабах сельским и коммунальным хозяйством и промышленностью, не заменяемая другими ресурсами в большинстве направлений ее применения и воспроизводимая все в меньших количествах, так как природные процессы ее возобновления подрываются усиливающимся антропогенным воздействием на них.

Острота проблемы глобального дефицита пресной воды определяется именно тем, что в ней объединяются два аспекта – ресурсный и экологический.

Однако методологически более правильно считать эти проблемы проявлениями (и следствиями) таких глобальных проблем, как бедность и разрыв в уровнях социально-экономического развития.

В этой группе региональных (либо национальных) проблем выделяются связанные с общественным здоровьем. Эти вопросы специфичны для развивающихся стран, но проблема общественного здоровья весьма актуальна и для развитых государств, хотя она проявляется там иначе (массовое переедание и вызванные им патологии, рост заболеваемости психическими недугами, суицид и пр.).

Поэтому вполне правомерно проблему популяционного (общественного) здоровья в общей постановке отнести к глобальным проблемам.

В глобальных проблемах проявляются противоречия развития современной цивилизации – между нею и природой, между ее различными частями, между потребностями в ресурсах и возможностями их удовлетворения, между потребностями живущего поколения и необходимостью обеспечить условия для воспроизводства поколений.

Исследования и поиски средств решения глобальных проблем приводят к постановке вопроса об их первопричинах.

Неомальтузианство придает первостепенное значение демографической проблеме, объявляя ее источником всех остальных глобальных проблем.

Как обобщение неомальтузианского подхода можно рассматривать концепцию «нулевого роста» (восходящую к докладу «Пределы роста»), которая предлагает решение ресурсных и экологических проблем ценой отказа от расширения экономики.

Однако на современной стадии развития цивилизации установка на рождаемость и экономическое поведение определяются как внешней средой, социально-экономическими условиями жизни человека, так и его сознанием.

Выработка и эффективное применение цивилизацией средств решения известных и новых, возникающих глобальных проблем рассматриваются в настоящее время как переход к устойчивому развитию.

Само возникновение концепции устойчивого развития, безусловно, обязано осознанию чрезвычайной важности глобальных проблем и поискам путей их решений.

При этом понимание сущности глобальных проблем углублялось вместе с развитием этой концепции, хотя импульсом к ее возникновению в конце 1980-х годов послужили глобальные экологические проблемы. И сегодня, по прошествии почти 30 лет, для многих устойчивое развитие остается попыткой найти способы решения именно экологических проблем, хотя отграничить их от других глобальных проблем современности, решить изолированно от них

невозможно. Учитывая особую роль экологических проблем в возникновении и становлении концепции устойчивого развития, о них необходимо сказать подробнее.

СЕКЦИЯ «ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОТОПЛЕНИИ ИСТОРИЧЕСКИХ МУЗЕЕВ

Коротков Андрей Дмитриевич

магистрант, Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, Россия, г. Санкт-Петербург

***Аннотация.** В статье рассмотрены современные методы и подходы к отоплению исторических музеев. Особое внимание уделено сохранению архитектурного облика, обеспечению благоприятных условий хранения экспонатов и повышению энергоэффективности за счёт внедрения современных технологий.*

***Ключевые слова:** исторический музей, отопление, микроклимат, энергоэффективность, сохранение памятников, нормативные требования.*

Исторические музеи, особенно расположенные в зданиях – памятниках архитектуры, требуют особого подхода к организации инженерных систем, в частности систем отопления. В подобных объектах необходимо сочетать ряд противоречивых факторов:

1. Сохранение ценных интерьеров и конструкций – стены, потолки, оконные переплёты и другие исторические элементы не должны подвергаться повреждению;

2. Оптимальный микроклимат для экспонатов – в музеях часто хранятся уникальные произведения искусства, предметы культурного наследия, исторические документы. В соответствии со стандартами и рекомендациями (например, ИКОМ – Международный совет музеев, а также рядом отечественных норм), поддержание температуры и влажности внутри помещений является критически важным;

3. Комфорт посетителей – музеи посещают люди, и на их впечатления от пребывания в здании также влияет качество микроклимата: отсутствие сквозняков, чрезмерной сухости или повышенной влажности воздуха;

4. Энергоэффективность и экологическая безопасность – рост цен на энергоресурсы и стремление к сокращению углеродного следа заставляют искать новые решения для снижения энергопотребления.

Здания исторических музеев нередко являются памятниками

культурного наследия, имеющими охранный статус. Это означает, что любые изменения, затрагивающие фасады, интерьеры и конструкции, подлежат согласованию с органами охраны памятников. Поэтому монтаж типовых систем отопления (например, радиаторы на стенах, штробы под трубопроводы) может быть затруднён или недопустим.

Наличие дорогостоящих лепных потолков, фресок или ценной настенной росписи также ограничивает возможности для прокладки магистралей. Кроме того, исторические здания могут обладать высоким уровнем теплопотерь из-за массивных каменных стен или оригинальных оконных переплётов, которые не всегда возможно заменить на современные стеклопакеты без ущерба для внешнего вида.

Организация систем отопления и микроклимата в музеях регулируется несколькими группами документов:

1. СП 60.13330.2020 «Отопление, вентиляция и кондиционирование»;
2. ГОСТ 30494–2011 «Здания жилые и общественные. Параметры микроклимата в помещениях»;
3. СП 118.13330 «Общественные здания и сооружения» (при необходимости, учитывая музейную специфику);
4. Документы Министерства культуры РФ и региональные регламенты, в которых могут быть прописаны дополнительные требования к сохранности музейных фондов, допустимым уровням температуры и влажности;
5. Рекомендации ИКОМ (International Council of Museums) и ЮНЕСКО, в том числе в части поддержания микроклимата для экспонатов и организации систем безопасности.

При проектировании и модернизации систем отопления важно учесть максимальное количество этих требований, а при необходимости проводить согласование с органами охраны памятников и профильными экспертами в сфере музейного дела.

Одним из наиболее актуальных направлений в музейной практике является внедрение автоматизированных систем управления, которые с высокой

точностью поддерживают необходимую температуру и влажность в залах, фондохранилищах и подсобных помещениях:

- **Сенсорная сеть:** датчики температуры и влажности размещаются как в экспозиционных залах, так и в витринах. Данные поступают в центральную систему, которая регулирует подачу тепла от источника (котельной, центрального теплового пункта) и управляет дополнительными системами осушения или увлажнения воздуха.

- **Зонирование:** система позволяет установить разные настройки микроклимата для разных помещений. Например, в залах с особо ценными предметами искусства может поддерживаться более стабильный режим, а в зонах для посетителей допускаются небольшие колебания температуры.

- **Контрольное логирование:** все изменения параметров микроклимата фиксируются в электронном журнале, что упрощает анализ и принятие корректирующих мер.

Традиционные настенные радиаторы в музее могут оказывать негативное влияние на эстетику интерьера и даже представлять риск для экспонатов при близком контакте (например, сквозняки, риск механических повреждений). Альтернативой становятся:

1. Тёплые полы (водяные или электрические) – при условии, что перекрытия и архитектурные требования позволяют монтаж подобной системы. Тёплые полы создают равномерное тепло, не требуя размещения приборов отопления на стенах;

2. Внутрипольные конвекторы – специальные каналы в полу, закрытые решётками, внутри которых располагается нагревательный элемент (трубчатый регистр или радиатор). Воздух прогревается в канале и поднимается вверх, обогревая помещение. Такие системы могут быть эффективными при работе вдоль наружных стен или больших витражей, предотвращая конденсацию и холодный приток воздуха.

Внутрипольные решения позволяют максимально сохранить исторический облик интерьера, поскольку решётки (или декоративные крышки)

могут быть вписаны в общий дизайн зала.

Для музеев, где необходимо подчёркивать красоту потолочных конструкций и декоративную отделку, интересным решением могут стать потолочные лучистые панели или инфракрасные обогреватели, встроенные в подвесные конструкции (если это технологически допустимо). Такой способ подогрева обеспечивает более мягкое распределение тепла.

Преимущества: отсутствие видимых радиаторов, низкая конвекция пыли, равномерное тепло.

Недостатки: возможные ограничения по установке из-за охраняемых элементов потолка и риски локального перегрева экспонатов, требующие точного проектирования.

Кроме того, в современных музеях всё чаще появляются **климатизированные витрины**, в которых установка миниатюрных отопительно-охлаждающих элементов или осушителей обеспечивает оптимальную температуру и влажность для конкретных экспонатов. Это позволяет выносить крайне чувствительные артефакты в основное выставочное пространство, не нарушая их режим хранения.

В исторических зданиях часто приходится искать компромисс между повышением теплотехнических характеристик (утеплением стен, герметизацией окон) и сохранением первозданного вида. Тем не менее возможны следующие меры:

1. Восстановление оконных переплётов с применением современных уплотнителей и более качественного стекла, сохранив при этом исторический внешний облик;
2. Установка вторых (внутренних) рам – во многих музеях это используется как «вторая линия» остекления, что снижает теплопотери без изменения внешнего вида фасада;
3. Точечное утепление чердачных и подвальных перекрытий, щадящим способом повышающее общую энергоэффективность без вмешательств в фасады.

Несмотря на ограничения, связанные со статусом памятника архитектуры, исторические музеи могут в некоторых случаях реализовать инновационные проекты по энергообеспечению:

1. **Тепловые насосы (грунтовые или водные)** – если позволяют грунтовые условия и общая инфраструктура. Они обеспечивают относительно стабильную температуру теплоносителя круглый год, что полезно для музеев с круглогодичной экспозицией;

2. **Солнечные коллекторы** – иногда устанавливаются на скатах крыш, не просматриваемых с улицы, чтобы не нарушать облик здания;

3. **Пеллетные котлы** – могут устанавливаться в отдельных котельных, что сокращает углеродный след музея, если газ не доступен или дорогостоящ.

Важно внимательно рассмотреть возможные конфликты с требованиями охраны памятников и согласовать установку такого оборудования с надзорными органами.

Современные тенденции в отоплении исторических музеев идут по пути точного соблюдения охранных требований к зданию, повышения энергоэффективности и улучшения микроклимата для экспонатов и посетителей. Успешная практика показывает, что сочетание традиционных и новаторских решений (внутрипольные или лучистые системы, адаптированные окна, высокоточные системы автоматизации и контроля влажности) позволяет:

1. Сохранить исторический облик и ценные элементы интерьера;
2. Обеспечить стабильные условия хранения экспонатов с оптимальными параметрами температуры и влажности;
3. Снизить эксплуатационные затраты на отопление и обслуживание системы, при этом повышая общий уровень комфорта для посетителей и персонала.

Дальнейшее развитие технологий (экологичные системы, использование IoT-сенсоров, возобновляемой энергетики) открывает перспективы для ещё более бережного и эффективного подхода к музеям, хранящим культурное наследие. Однако в каждом конкретном случае важно проводить детальные

расчёты, учитывая историко-архитектурные, технологические и экономические особенности объекта, а также консультироваться со специалистами в области музейного дела и реставрации.

Литература

1. СП 60.13330.2020. Отопление, вентиляция и кондиционирование. – М.: Минстрой России, 2020. – 232 с.
2. ГОСТ 30494–2011. Здания жилые и общественные. Параметры микроклимата в помещениях. – М.: Стандартиформ, 2011. – 8 с.
3. ICOM Code of Ethics for Museums / Международный совет музеев (ICOM). – Париж, 2017. – 32 р.
4. Справочник музейного работника / под ред. Н.С. Борисовой. – М.: Музейное дело, 2019. – 256 с.
5. Клейменов, А.П. Отопление и микроклимат в зданиях-памятниках архитектуры / А.П. Клейменов, О.И. Тарасова. – СПб.: СПбГАСУ, 2021. – 198 с.

ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДА К ИНСПЕКТИРОВАНИЮ ПРОИЗВОДСТВА МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СРАВНЕНИИ С МИРОВЫМ ОПЫТОМ

Лирцман Ефим Эдуардович

аспирант,

МИРЭА – Российский технологический университет, Россия, г. Москва

***Аннотация.** В статье рассматривается опыт инспектирования производства медицинских изделий в России и мире.*

***Ключевые слова:** инспектирование производства, контроль качества, безопасность продукции, зарубежные системы обеспечения качества, медицинские изделия.*

Инспектирование производства – ключевой инструмент контроля за соблюдением норм безопасности, качества продукции и экологических стандартов. Однако подходы к его организации в России и за рубежом существенно различаются. В статье анализируются основные особенности российской системы инспектирования, её проблемы и перспективы, а также сравниваются с международными практиками.

Программа Единого Аудита Медицинских Изделий (MDSAP)

Программа Единого Аудита Медицинских Изделий (MDSAP), инициированная Международным форумом регуляторов медицинских изделий (IMDRF), направлена на оптимизацию процесса регуляторных аудитов для производителей медицинских изделий. Запущенная в 2014 году, MDSAP позволяет производителям проходить единый аудит, удовлетворяющий требованиям нескольких регулирующих органов, включая Австралию, Бразилию, Канаду, Японию и США.

Основная цель программы MDSAP – повышение эффективности и результативности регуляторного надзора путем сокращения дублирования аудитов и инспекций. Участие в MDSAP предоставляет производителям несколько ключевых преимуществ:

1. Снижение нагрузки на аудит: Производителям достаточно пройти один аудит вместо нескольких, требуемых каждым регулирующим органом.

2. **Повышенная согласованность:** Программа гарантирует, что аудиты проводятся по единым критериям, что способствует унификации требований в разных странах.

3. **Улучшенный доступ к мировым рынкам:** Соответствие требованиям MDSAP облегчает выход на международные рынки, поскольку отчет о проведенном аудите признается всеми участвующими регулирующими органами.

4. **Повышенная эффективность:** Оптимизация процесса аудита позволяет экономить время и ресурсы как для производителей, так и для регулирующих органов.

Процесс аудита MDSAP включает несколько этапов:

1. **Подготовка к аудиту:** Производители должны убедиться, что их система управления качеством (СМК) соответствует требованиям ISO 13485 и специфическим критериям, установленным в MDSAP.

2. **Выбор Организации по Аудиту (АО):** Производители выбирают АО, признанную участвующими регулирующими органами.

3. **Проведение Аудита:** АО выполняет комплексный аудит СМК производителя, оценивая его соответствие требованиям ISO 13485 и критериям MDSAP.

4. **Отчет об Аудите и Последующие Действия:** АО подготавливает отчет об аудите, который направляется участвующим регулирующим органам. В случае выявления несоответствий производитель должен устранить их и, при необходимости, пройти повторный аудит.

Программа MDSAP продолжает развиваться, сталкиваясь с рядом вызовов и возможностей для улучшения. Один из ключевых вызовов – обеспечение того, чтобы все участвующие регулирующие органы последовательно принимали и признавали отчеты об аудите MDSAP. Кроме того, необходимо постоянное обучение и повышение квалификации как производителей, так и аудиторов для поддержания высоких стандартов соответствия.

В будущем MDSAP имеет потенциал для дальнейшей гармонизации глобальных регуляторных требований и содействия разработке и выпуску

безопасных и эффективных медицинских изделий. Посредством содействия сотрудничеству между регулируемыми органами и производителями, MDSAP может внести значительный вклад в улучшение здравоохранения и повышение безопасности пациентов во всем мире.

Практика Евразийского экономического союза

Решение Совета Евразийской экономической комиссии № 106, принятое 10 ноября 2017 года, устанавливает единые требования к системе менеджмента качества (СМК) медицинских изделий в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Документ направлен на гармонизацию стандартов безопасности и эффективности продукции в зависимости от её потенциального риска:

1. Классификация по уровню риска

Правила разделяют медицинские изделия на категории, исходя из потенциального риска их применения:

1. Класс 1 и нестерильные изделия класса 2а: внедрение СМК носит рекомендательный характер.
2. Классы 2а (стерильные), 2б и 3: обязательное внедрение СМК до подачи документов на регистрацию.

Это позволяет дифференцировать контроль, фокусируясь на высокорисковых продуктах, таких как имплантаты или диагностическое оборудование.

2. Переходные периоды и требования к документации

В первые 12 месяцев после вступления решения в силу (с 15 марта 2018 года) оценка СМК не проводилась. Однако производители обязаны были предоставлять:

- копии сертификатов соответствия ГОСТ ISO 13485 или аналогам.
- отчёты о предыдущих инспекциях.
- для изделий, зарегистрированных в этот период, внеплановые инспекции стали обязательными в течение 2 лет после регистрации.

Это дало предприятиям время на адаптацию, но ужесточило контроль в долгосрочной перспективе.

3. Инспектирование производства

Оценка СМК включает проверку:

- соответствия инфраструктуры и условий производства;
- наличия корректирующих и предупреждающих действий;
- постпродажного мониторинга.

Инспекции проводят уполномоченные органы государств-членов ЕАЭС или аккредитованные организации.

Таким образом для рынка ЕАЭС решение № 106:

- упрощает взаимное признание стандартов между странами-членами;
- повышает доверие к медицинской продукции за счёт гармонизации с международными нормами (ISO 13485);
- устанавливает чёткие правила для производителей, снижая риски недобросовестного обращения.

Регламент, утверждённый Решением № 106, стал основой для создания прозрачной системы контроля качества медицинских изделий в ЕАЭС. Его структура, основанная на оценке рисков, и поэтапное внедрение позволили сбалансировать интересы бизнеса и регуляторов. Актуальные редакции документа, включая изменения 2022 года, доступны на портале ЕЭК и в правовых системах.

Российская практика

В феврале 2022 года Правительство Российской Федерации приняло два важных постановления, направленных на повышение качества и безопасности медицинских изделий. Постановления № 135 и 136 устанавливают требования к инспектированию производства медицинских изделий и системе управления качеством.

Постановление № 135 утверждает правила организации и проведения инспектирования производства медицинских изделий на соответствие требованиям к внедрению, поддержанию и оценке системы управления качеством в зависимости от потенциального риска их применения.

В случае отсутствия оценки системы управления качеством, производители должны предоставить документы, подтверждающие наличие условий производства и копии сертификатов соответствия системы менеджмента качества требованиям ГОСТ ISO 13485-2017.

Постановление № 136 устанавливает требования к внедрению, поддержанию и оценке системы управления качеством медицинских изделий в зависимости от потенциального риска их применения. Основные моменты включают:

1. Регулярные инспекции и аудиты: Проведение регулярных инспекций и аудитов для обеспечения безопасности и эффективности медицинских изделий.

2. Заявки на инспектирование: Производители медицинских изделий должны подавать заявки на инспектирование и предоставлять необходимые документы для проверки соответствия требованиям.

Несмотря на активное развитие направления инспектирования медицинских изделий в России процедура проведения аудита не совершенна. Соответствующие отделы Росздравнадзора сталкиваются с трудностями ввиду большого количества заявок на инспектирование производства на зарубежных производственных площадок. Количество медицинских изделий, производимых за рубежом растет, что отражено в следующей диаграмме:

Структура стран-производителей медицинских изделий, зарегистрированных в РФ (по данным на 2024–2025 гг.):

- Китай 35%
- Германия 20%
- США 15%
- Италия 10%
- Индия 8%
- Россия 12%

Пояснения:

1. Китай – лидирует по объёму поставок, особенно в сегменте low-priced (до 60% импорта). Основные позиции: шприцы, расходные материалы, лабораторное оборудование 35.

2. Германия – доминирует в высокотехнологичном оборудовании (например, стерилизаторы, диагностические аппараты). В стоимостном выражении занимает значительную долю 57.

3. США – ключевой поставщик медицинской электроники и специализированных устройств (например, аппараты МРТ, хирургические роботы) 714.

4. Италия – активно поставляет инструменты для хирургии и стоматологии, а также имплантаты 5.

5. Индия – наращивает поставки дженериков медицинских изделий и расходных материалов (перчатки, катетеры) 5.

6. Россия – доля отечественных производителей постепенно растёт (до 29% в некоторых сегментах), особенно в госзакупках. Основные продукты: шприцы, перевязочные материалы, протезно-ортопедические изделия 1114.

В заключение следует отметить, что опыт инспектирования производства медицинских изделий в России и мире демонстрирует важность строгого контроля качества и безопасности продукции. В России существует ряд нормативных документов, регулирующих производство и обращение медицинских изделий, таких как Постановления Правительства РФ № 135 и 136. Эти документы направлены на обеспечение высокого уровня контроля за производством и обращением медицинских изделий в стране.

Однако, несмотря на существующие меры, Россия может перенять опыт зарубежных систем обеспечения качества медицинских изделий. Например, многие страны Европы и США имеют более развитые системы контроля качества, которые включают в себя не только государственные инспекции, но и независимые аудиты, сертификацию и аккредитацию производителей.

Переняв опыт зарубежных стран, Россия сможет улучшить свою систему контроля качества медицинских изделий, повысить уровень доверия

потребителей и обеспечить безопасность пациентов. Это особенно важно в условиях растущего рынка медицинских изделий и развития технологий.

Таким образом, опыт инспектирования производства медицинских изделий в России и мире показывает, что строгий контроль качества и безопасность продукции являются ключевыми факторами для обеспечения здоровья населения. Перенимая опыт зарубежных стран, Россия может усовершенствовать свою систему контроля и обеспечить высокое качество медицинских изделий для своих граждан.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 27.12.2021 № 135 «Об утверждении Положения о государственной регистрации медицинских изделий и о ведении государственного реестра медицинских изделий».
2. Постановление Правительства РФ от 23.12.2021 № 136 «О порядке ввоза в Российскую Федерацию медицинских изделий для целей государственной регистрации и последующего обращения».
3. ГОСТ Р ИСО 13485-2017 «Изделия медицинские. Системы менеджмента качества. Требования для целей регулирования».
4. Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации».
5. Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения».
6. Приказ Минздрава России от 06.06.2012 № 4н «Об утверждении Порядка проведения экспертизы связи заболевания с профессией и формы медицинского заключения о наличии или об отсутствии профессионального заболевания».
7. Приказ Росздравнадзора от 16.05.2007 № 1000-Пр/07 «О контроле за производством и обращением медицинских изделий».
8. Авдоница Л.Г., Гусева Т.А., Майорова Е.И. Международные стандарты и требования к производству и контролю качества медицинских изделий // Медицинский альманах. – 2018. – № 6 (55). – С. 15-18.
9. Белоусов Ю.Б., Леонова М.В., Ефременкова О.В. Контроль качества и безопасности медицинской продукции: проблемы и перспективы // Фармация и фармакология. – 2020. – Т. 8, № 2. – С. 75-86.
10. Буданов П.П., Буданцева Т.В., Васильев А.Н. Система обеспечения качества медицинских изделий в России и за рубежом // Вестник Росздравнадзора. – 2019. – № 4. – С. 45-50.

AI В HVAC: КАК АЛГОРИТМЫ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ МОГУТ ИЗМЕНИТЬ ПОДХОД К ОБСЛУЖИВАНИЮ И РЕМОНТУ



10.5281/zenodo.15202234

Шамурзаев Бекзат

владелец и генеральный директор,
Flow X Solutions Inc, США, Калифорния

Аннотация. В статье рассматривается применение технологий искусственного интеллекта и алгоритмов машинного обучения в системах отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха (HVAC) с акцентом на трансформацию подходов к техническому обслуживанию и ремонту. Проведен анализ традиционных методов эксплуатации HVAC-оборудования и выявлены их ограничения в условиях современных требований к энергоэффективности, надёжности и снижению эксплуатационных затрат. Особое внимание уделено предиктивному обслуживанию, интеллектуальной диагностике, самокорректирующимся системам и влиянию AI на энергоэффективность зданий. Сделан вывод о высокой перспективности интеграции AI в сферу HVAC с учетом текущих технологических вызовов и направлений будущего развития.

Ключевые слова: HVAC, искусственный интеллект, машинное обучение, предиктивное обслуживание, энергоэффективность, диагностика неисправностей, интеллектуальные системы, IoT, автоматизация зданий.

Актуальность исследования

В условиях растущего энергопотребления и повышения требований к устойчивости зданий системы HVAC (отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха) становятся ключевыми элементами инженерной инфраструктуры. Однако традиционные методы их обслуживания – планово-предупредительный и реактивный подход – не всегда позволяют эффективно предотвращать поломки, оптимизировать энергозатраты и продлевать срок службы оборудования.

С развитием технологий интернета вещей (IoT), больших данных и искусственного интеллекта появляется возможность перейти к интеллектуальному управлению жизненным циклом HVAC-систем. Алгоритмы машинного обучения (ML) способны анализировать большое количество эксплуатационных данных, предсказывать возможные отказы, автоматически выявлять отклонения в работе и тем самым повысить эффективность технического обслуживания.

Внедрение таких решений открывает перспективы для формирования предиктивного подхода к ремонту, сокращения эксплуатационных затрат, улучшения качества микроклимата и уменьшения углеродного следа зданий. В этом контексте исследование применения AI в сфере HVAC становится особенно актуальным и востребованным как в научной, так и в инженерной среде.

Цель исследования

Целью данного исследования является анализ возможностей и преимуществ использования алгоритмов машинного обучения для трансформации подходов к техническому обслуживанию и ремонту HVAC-систем.

Материалы и методы исследования

В качестве теоретической базы использованы современные научные публикации, освещающие применение искусственного интеллекта в управлении техническими системами зданий.

Методология исследования включала: системный анализ существующих подходов к обслуживанию HVAC-систем, сравнительный метод для оценки эффективности традиционных и AI-ориентированных стратегий.

Результаты исследования

Традиционные методы обслуживания систем отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха (HVAC) основываются на двух основных подходах: планово-предупредительном обслуживании и реактивном ремонте [4, с. 1523].

Планово-предупредительное обслуживание предполагает выполнение регулярных, заранее запланированных мероприятий по техническому обслуживанию оборудования, независимо от его текущего состояния. Такие мероприятия включают замену фильтров, проверку уровней хладагента, очистку компонентов и калибровку систем управления. Цель этого подхода – предотвратить отказы и продлить срок службы оборудования. Однако он не учитывает фактическое состояние компонентов, что может приводить как к избыточному обслуживанию, так и к пропуску скрытых проблем.

Реактивный ремонт осуществляется после возникновения неисправности или полного отказа системы. В этом случае обслуживание проводится по мере необходимости, когда оборудование уже вышло из строя. Такой подход может привести к длительным простоям, повышенным затратам на срочный ремонт и потенциальному ущербу для других систем здания из-за несвоевременного устранения проблем.

Оба этих подхода имеют свои недостатки. Планово-предупредительное обслуживание может быть неэффективным с точки зрения затрат и ресурсов, поскольку не все компоненты требуют одинаковой частоты обслуживания. С другой стороны, реактивный ремонт может привести к непредсказуемым затратам и снижению удовлетворенности пользователей из-за неожиданных сбоев в работе системы.

В таблице 1 представлены основные характеристики и сравнение этих двух подходов.

Таблица 1

Основные характеристики и сравнение подходов

Параметр	Планово-предупредительное обслуживание	Реактивный ремонт
Частота обслуживания	Регулярная, по заранее установленному графику	По мере возникновения неисправностей
Затраты	Предсказуемые, но могут включать ненужные расходы	Непредсказуемые, часто высокие из-за срочности
Риск отказа оборудования	Снижен, но не исключен	Высокий, возможны длительные простои
Эффективность ресурсов	Может быть низкой из-за избыточного обслуживания	Высокая, но с риском неожиданных сбоев

Согласно исследованиям, традиционные методы обслуживания HVAC-систем часто не обеспечивают оптимального баланса между затратами и надежностью работы оборудования. Это обусловлено тем, что планово-предупредительное обслуживание не учитывает реальное состояние компонентов, а реактивный ремонт приводит к непредсказуемым расходам и возможным простоям.

В связи с этим возникает необходимость в более продвинутых методах обслуживания, которые бы учитывали текущее состояние оборудования и

предсказывали возможные отказы. Такие подходы могут повысить эффективность обслуживания, снизить затраты и улучшить надежность работы HVAC-систем.

В последние годы наблюдается активное внедрение технологий искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (МО) в сферу систем отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха (HVAC). Эти технологии направлены на повышение эффективности управления, снижение энергопотребления и улучшение качества обслуживания [1, с. 16].

Применение методов машинного обучения в HVAC охватывает несколько ключевых направлений:

1. Оптимизация управления системами HVAC.

Традиционные методы управления часто основаны на жестких правилах, не учитывающих динамические изменения окружающей среды и потребностей пользователей. Использование МО позволяет создавать адаптивные модели, способные прогнозировать и реагировать на изменения в реальном времени, что приводит к снижению энергопотребления и повышению комфорта пользователей. Например, исследование, проведенное Bayer и Pruckner, демонстрирует эффективность многокомпонентного обучения с подкреплением для управления HVAC-системами, позволяя снизить энергопотребление на 6-8% при сохранении комфорта пользователей.

2. Диагностика и прогнозирование отказов.

МО используется для анализа данных с датчиков и выявления аномалий, предшествующих отказам оборудования. Это позволяет проводить предиктивное обслуживание, снижая вероятность неожиданных поломок и связанных с ними затрат. Сейидов и соавторы рассматривают роль ИИ в оптимизации производительности HVAC-систем, подчеркивая его значимость в повышении эффективности и надежности оборудования.

Обработка отказов датчиков и обеспечение надежности данных. Надежность данных, поступающих с датчиков, критична для эффективного

управления HVAC. Методы МО позволяют обнаруживать и компенсировать ошибки датчиков, обеспечивая стабильность и точность работы системы.

Внедрение ИИ и МО в HVAC сталкивается с определенными вызовами, включая необходимость в больших объемах данных для обучения моделей, обеспечение безопасности и конфиденциальности информации, а также интеграцию новых технологий с существующими системами. Однако продолжающиеся исследования и разработки в этой области способствуют преодолению этих препятствий, открывая путь к более интеллектуальным и эффективным системам HVAC.

Предиктивное обслуживание направлено на прогнозирование отказов оборудования до их фактического возникновения, что позволяет оптимизировать графики ремонта и снизить эксплуатационные затраты.

Основные компоненты предиктивного обслуживания включают:

- Сбор и предварительная обработка данных. Используются датчики для мониторинга параметров оборудования, таких как вибрации, температура и давление. Эти данные служат основой для последующего анализа.
- Раннее обнаружение аномалий. Методы МО анализируют собранные данные для выявления отклонений от нормального функционирования, что позволяет обнаруживать потенциальные неисправности на ранних стадиях.
- Прогнозирование времени до отказа. С помощью ИИ моделируется поведение оборудования, позволяя предсказать оставшийся ресурс работы компонентов и определить оптимальное время для обслуживания.
- Планирование технического обслуживания и оптимизация ресурсов. На основе прогнозов разрабатываются графики обслуживания, что способствует снижению простоев и повышению эффективности использования ресурсов.

Однако внедрение предиктивного обслуживания на основе ИИ сопряжено с определенными вызовами. Необходимость в больших объемах качественных данных для обучения моделей, обеспечение надежности и точности прогнозов, а также интеграция новых технологий с существующими

системами требуют усилий и ресурсов. Тем не менее, продолжающиеся исследования и разработки в этой области способствуют преодолению этих препятствий, открывая путь к более интеллектуальным и эффективным системам обслуживания HVAC-оборудования.

С развитием технологий ИИ и машинного обучения стали доступны более продвинутые подходы к автоматической диагностике и самокоррекции систем HVAC. Современные методы диагностики неисправностей в системах HVAC включают:

- Метод опорных векторов: эффективен при работе с небольшими объемами данных и используется для классификации состояний системы.
- Искусственные нейронные сети: способны моделировать сложные нелинейные зависимости и прогнозировать поведение системы на основе исторических данных.
- Нечеткие нейронные сети: объединяют возможности нейронных сетей и нечеткой логики, позволяя обрабатывать неопределенные и неточные данные.
- Деревья решений: предоставляют интерпретируемые модели для классификации состояний системы на основе заданных критериев.
- Байесовские сети доверия: используются для моделирования вероятностных зависимостей между различными компонентами системы и оценки вероятности возникновения неисправностей.

Самокорректирующиеся системы HVAC, оснащенные ИИ, способны автоматически выявлять и устранять неполадки, минимизируя время простоя и повышая надежность оборудования. Такие системы анализируют данные в реальном времени, адаптируют параметры работы и принимают решения без вмешательства человека, что особенно важно в сложных и динамичных условиях эксплуатации.

Преимущества интеграции ИИ в диагностику и самокоррекцию:

1. Повышенная надежность: автоматическое выявление и устранение неисправностей снижает риск отказов и аварий.

2. Экономия ресурсов: оптимизация управления энергопотреблением и техническим обслуживанием приводит к снижению эксплуатационных затрат [2].

3. Улучшенная безопасность: предсказание отказов и быстрое реагирование помогают предотвратить аварийные ситуации, защищая оборудование и персонал.

4. Гибкость и адаптивность: системы, оснащенные ИИ, могут адаптироваться к изменяющимся условиям эксплуатации и требованиям пользователей.

Рисунок ниже демонстрирует сравнительный анализ ключевых эксплуатационных показателей систем отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха до и после внедрения технологий искусственного интеллекта. Данные получены на основе обобщения результатов научных исследований, посвящённых применению AI в сфере энергоэффективности и технического обслуживания инженерных систем зданий.

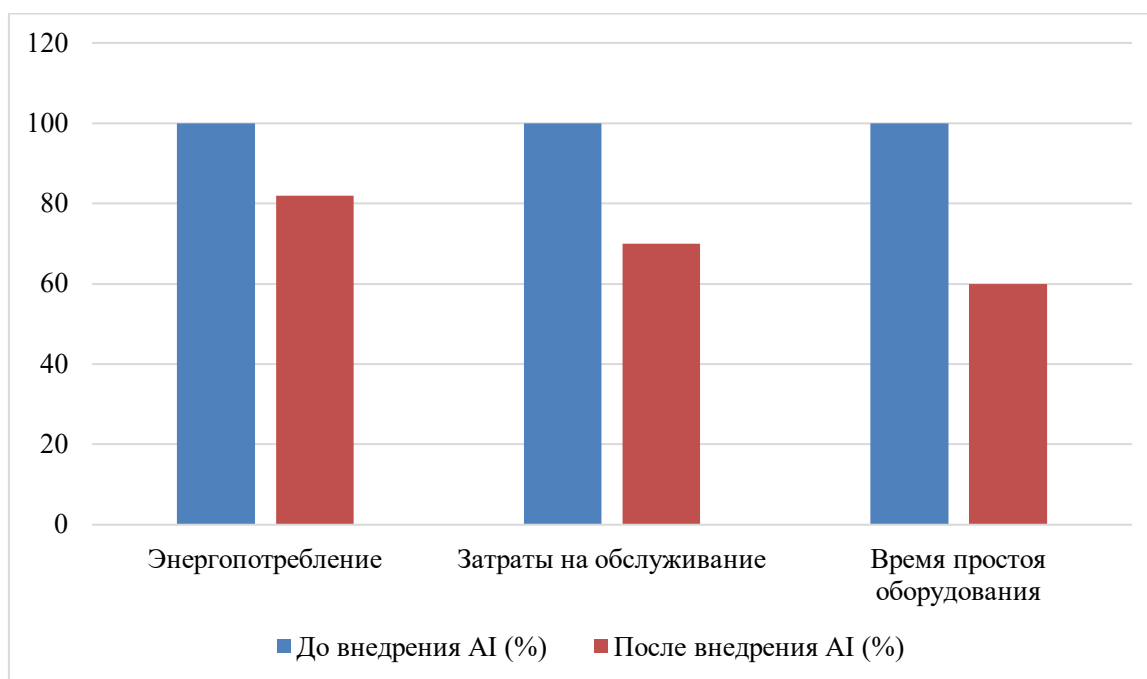


Рис. Влияние AI на эффективность систем HVAC

Как говорилось выше, внедрение технологий искусственного интеллекта ИИ в системы отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха сопровождается рядом вызовов и рисков, которые необходимо учитывать для

успешной интеграции и эксплуатации таких решений [5, с. 160]. В таблице 2 приведены основные вызовы и риски при внедрении AI в HVAC, с пояснениями и потенциальными последствиями.

Таблица 2

Основные вызовы и риски при внедрении AI в HVAC

Вызов / Риск	Описание	Потенциальные последствия
Недостаток качественных данных	Отсутствие достаточного объема исторических иметок данных с оборудования.	Ошибки в обучении моделей, низкая точность прогнозов.
Сложность интеграции с существующими системами	Разнородность оборудования и протоколов передачи данных.	Необходимость модернизации инфраструктуры, удорожание внедрения.
Высокие начальные инвестиции	Стоимость сенсоров, серверов, ПО и обучающих моделей.	Задержка во внедрении, сопротивление со стороны управленцев.
Кибербезопасность	Уязвимости в подключённых устройствах и алгоритмах управления.	Возможность внешнего вмешательства, утечки данных, нарушение работы.
Непрозрачность алгоритмов	Отсутствие интерпретируемости решений ИИ-систем.	Недоверие со стороны персонала, сложности при сертификации и проверке.
Отсутствие обученного персонала	Недостаток специалистов по эксплуатации ИИ-систем и анализу данных.	Ошибки при обслуживании, снижение эффективности после внедрения.
Этические и нормативные барьеры	Отсутствие стандартов и регуляций по использованию ИИ в инженерных системах.	Трудности при легализации, внедрении в госучреждения и жилые комплексы.

Будущее применения искусственного интеллекта в системах HVAC формируется на пересечении нескольких ключевых технологических и экологических трендов: повсеместной цифровизации зданий, развития интернета вещей, ужесточения требований к энергоэффективности, а также стремления к снижению углеродного следа в рамках ESG-стратегий.

1. Переход от автономных к самообучающимся HVAC-системам.

Современные интеллектуальные системы HVAC нацелены на адаптацию к внешним и внутренним условиям, но будущее – за самообучающимися алгоритмами, способными постоянно анализировать эксплуатационные паттерны, обновлять модели прогнозирования и принимать решения без участия человека. Такие системы будут не просто «следовать» сценариям, а предвосхищать поведение пользователей и изменения климата внутри зданий.

2. Интеграция в концепцию «умного здания» и Smart City.

AI-системы HVAC всё чаще рассматриваются как часть более широкой экосистемы умных зданий, где климат-контроль координируется с другими подсистемами – освещением, доступом, охраной, системами BMS и даже лифтами. В будущем HVAC будет работать в едином интеллектуальном контуре, обмениваясь данными с городской инфраструктурой: погодными станциями, системами энергоснабжения, транспортом и т.д. [3, с. 105].

3. Углублённая персонализация микроклимата.

AI позволит создавать персонализированные климатические сценарии, учитывая не только предпочтения конкретных пользователей, но и их здоровье, активность, стиль жизни. Уже ведутся разработки систем HVAC, которые адаптируют температуру, влажность и скорость циркуляции воздуха к физиологическим показателям человека (данные с носимых устройств).

4. Генеративный AI в проектировании HVAC-систем.

С помощью генеративного AI (например, моделей на базе GPT или Diffusion) возможно автоматическое проектирование систем HVAC, адаптированных под архитектуру конкретного здания, с учётом параметров энергосети, стоимости компонентов и сроков окупаемости.

5. Прогнозное управление с учетом внешней среды.

Будущие системы HVAC смогут использовать AI для многофакторного прогноза – учитывать не только внутренние условия, но и динамику внешней среды (загрязнение воздуха, влажность, прогноз температуры, уровень шума), настраивая оптимальные параметры для здоровья и комфорта.

6. Рост роли Explainable AI (XAI).

С увеличением масштабов применения AI в критически важных системах HVAC, особое внимание будет уделяться интерпретируемости решений, чтобы исключить ошибки, связанные с непрозрачностью «чёрного ящика». Это критично для систем в больницах, лабораториях, серверных центрах и других объектах с повышенными требованиями.

Выводы

Таким образом, интеграция искусственного интеллекта в сферу HVAC обладает потенциалом для повышения эксплуатационной эффективности, сокращения затрат на техническое обслуживание и обеспечения устойчивой работы инженерных систем зданий. AI-алгоритмы позволяют реализовывать переход от реактивного и планово-предупредительного обслуживания к адаптивным, предиктивным стратегиям, основанным на анализе больших объемов эксплуатационных данных. Это способствует оптимизации энергопотребления, повышению надежности и продлению срока службы оборудования. Несмотря на ряд вызовов – необходимость в качественных данных, сложность интеграции и вопросы кибербезопасности – перспективы внедрения AI в HVAC являются стратегически важными для формирования интеллектуальной архитектуры устойчивого будущего.

Литература

1. Гильванов Д.Р. Новые подходы к автоматизации систем вентиляции и кондиционирования // Science and technology 2024. – 2024. – С. 15-18.
2. Демчук Д. Оптимизация энергопотребления в многоквартирных домах с помощью автоматизированных систем управления // Актуальные исследования. – 2023. – № 35(165). – URL: <https://apni.ru/article/6940-optimizacziya-energopotrebleniya-v-mnogokvartirnyh-domah-s-pomoshhyu-avtomatizirovannyh-sistem-upravleniya>.
3. Осипов А.Л. Применение интеллектуальных систем управления освещением для повышения энергоэффективности // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 7, № 7(147). – С. 100-110.
4. Сейидов С.А., Тиркешов Ш.Х., Якубов М.А. Роль искусственного интеллекта в оптимизации систем отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха (HVAC) // Вестник науки. – 2024. – № 5(74) том 4. – С. 1522-1525.
5. Семин Г.В. Применение цифровых двойников в системах производственной вентиляции // «Школа молодых ученых» по проблемам технических наук: материалы областного профильного семинара. – 2023. – С. 158-161.

СЕКЦИЯ «ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

ТЕХНОЛОГИЯ «КАСТОМ-МЕБЕЛЬ» КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ВИТОК РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРОВ В ПРОЕКТИРОВАНИИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ МЕБЕЛИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ, УЧРЕЖДЕНИЙ, МАГАЗИНОВ

Михайленко Анастасия Юрьевна

дизайнер интерьера и мебели, мастер декоративно-прикладного искусства,
директор, Студия дизайна «Креатив-маркет», Россия, г. Рязань

***Аннотация.** Предметом исследования в данной научной работе выступает дизайн интерьера, а именно вектор его развития на основе новых технологий в проектировании. Анализируются современные методы проектирования мебели для помещений общественного назначения. В качестве объекта исследования рассматривается и презентуется авторская технология «Кастом-мебель» – технология проектирования специализированной мебели для предприятий, учреждений, магазинов. Автором выдвигаются основные требования, предъявляемые к проектированию такой мебели. Выдвигаются и подробно рассматриваются основные принципы, понятия, классификация и методология специализированной мебели, разработанные автором в рамках технологии «Кастом-мебель». В рамках исследования приводятся конкретные примеры и проектные решения технологии «Кастом-мебель». В данной научной работе была сформулирована и представлена сообществу дизайнеров и искусствоведов новая методика – инновационная технология по проектированию специализированной мебели, которая представляет огромный интерес и профессиональную пользу для специализированной аудитории в индустрии проектирования мебели и дизайна интерьера. Основным вывод данного исследования следует сосредоточить на том, что проделанная научная работа позволила: раскрыть сущность специализированной, нестандартной мебели как объекта проектной деятельности, классифицировать такую особую мебель, выработать концепции и способы проектирования специализированной мебели, а также удалось внести значительный вклад в развитие не только теории, но и новых технологий, методологий дизайна в проектировании мебели, можно говорить и о вкладе в научную деятельность и сферу дизайна, как направления одного из видов искусства в целом.*

***Ключевые слова:** дизайн, дизайн интерьера, мебель, специализированная мебель, мебель для магазинов, административные стойки, барные стойки, мебель для учреждений, торговая мебель, технология проектирования, мебель для предприятий, Кастом-мебель.*

Ранее в сфере современного интерьерного дизайна, не проводились исследования такой предметной области, как дизайн нестандартной, специализированной мебели для общественных помещений различного назначения, в отличие от мебели для жилых помещений и стандартно-серийной мебели для общественных помещений.

Традиционно любая мебель классифицируется по назначению, конструктивному, эксплуатационному, функциональному признаку, а также по сложности и виду исходного материала и самого изделия [1]. Рассмотрим

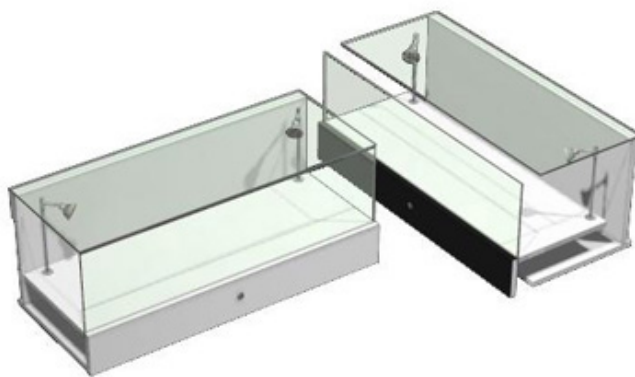
подробнее мебель для общественных зданий. В отличие от стандартно-серийной, такая мебель еще называется специализированной, поскольку имеет узкую специализацию, ее функционал и форма, а также заложенные в нее конструкторские, проектные особенности зависят от вида продаваемого или производимого товара (услуги) предприятием, учреждением, магазином. Именно такую мебель для общественных зданий и следует классифицировать более детально. Презентуемая в рамках данного материала технология «Кастом-мебель» подразумевает и выдвигает более детальные требования разделения специализированной мебели на группы и подгруппы [2, с. 59-75]. Кроме того, технология проектирования «Кастом-мебель» и является технологией по созданию дизайн-проектов интерьера на основе такой специализированной мебели для общественных зданий, которая делится следующим образом: торговая мебель – витрины, стеллажи, прилавки, торговые острова и мебельные комплекты для аптек, для ювелирных магазинов, для продуктовых магазинов, для магазинов одежды, для кондитерских товаров, для орехов и сухофруктов, для овощных и фруктовых магазинов, для алкогольных магазинов; узкоспециализированная торговая мебель – для разливного парфюма, для разлива и приготовления напитков и их продажи, для продажи шин и колес, для продажи тяжёлых товаров, например автозапчастей, для изготовления различных товаров с целью их продажи; мебель для предприятий общественного питания – для кафе, ресторанов, баров, для точек «островного типа» работающих «на вынос» (кафе, фреш-бары, пекарни); административная мебель – мебель для администратора (административные стойки, столы, тумбы), мебель для сотрудников (офисная), выставочная мебель (для музеев, выставок, стенды и легкие перегородки); мебель для учебных заведений (мебель для детских центров, мебель для дошкольных учреждений, школ, колледжей, учреждений профессионального образования), для спортивных учреждений (фитнес-центров, бассейнов, аквапарков); технологическая мебель (для заводов, фабрик) разрабатываемая для осуществления узкоспециализированных технологических процессов.

Рассмотрим некоторые характерные черты, конкретные примеры и проектные решения технологии «Кастом-мебель».

Так мебель и мебельные комплекты, для торговли лекарственными препаратами должны быть спроектированы по определенным требованиям исходя из специфики товара. Дизайнеру важно понимать, что разместить аптечные товары, лекарственные средства стопкой на стандартном стеллаже или витрине, произведенной серийно, будет неверным решением. Такое решение не будет отвечать требованиям функциональности, безопасности хранения препаратов, будет способствовать увеличению времени на поиск нужных препаратов, а соответственно более длительному обслуживанию клиентов, кроме того, приведет к хаосу на полках. Более правильным проектным решением, которое можно воплотить в нестандартной мебели, созданной на заказ, под конкретные аптеки, аптечные пункты, павильоны является расположение лекарств по группам, подгруппам в пристенных шкафах с небольшими выдвижными ящиками, на которых ставятся маркировки препаратов по различным параметрам и классификации для быстрого поиска. Также выдвижные ящики могут быть оснащены специальными запорными механизмами и замками для предотвращения кражи и утери редких подотчетных препаратов, которые отпускаются исключительно по рецепту.

Приведем еще один более наглядный пример уникальных проектных решений, рассматриваемой технологии проектирования: прилавки для ювелирных изделий. Верхняя часть прилавка должна быть оснащена стеклянным выдвижным ящиком для легкого доступа к товару и демонстрации изделий, который к тому же закрывается на ключ для безопасности товара от вандалов и преступников. Важным моментом является оснащение выдвижного ящика, в котором и без того применяется максимальное количество прозрачных материалов для более выгодной демонстрации товара, направленным светом, для подсветки ювелирных изделий дабы, увеличить сияние и привлекательность драгоценностей. Такую специализированную мебель можно изготовить только на заказ, индивидуально под требования клиента, под ассортимент,

направленность товара и специфику продажи ювелирных изделий или украшений (рис. 1). В данном случае не может быть и речи о взаимозаменяемости и универсальности, следовательно, серийная мебель для торговли абсолютно не подойдет. Даже проектировщик не сможет приспособить стандартные стеллажи с полками и даже стеклянные витрины для скажем для ювелирной продукции, впрочем, как и для аптеки, кондитерских изделий, одежды, сухофруктов и иных товаров. Взаимозаменяемость также невозможна, торговую мебель из аптеки не получится приспособить в ювелирный магазин и наоборот.



*Рис. 1. Проектное решение технологии «Кастом-мебель».
Верхний отсек специализированного прилавка с выдвижным ящиком замком
и подсветкой для продажи ювелирных изделий*

Даже если мебель имеет сходство по типу, то все равно для каждого конкретного назначения бизнеса или рода занятий она будет иметь не только свой собственный дизайн, но также размеры и формы. За барную стойку нельзя поставить администратора, потому что барные стойки изготавливаются высотой 1150–1200 мм и более со стороны посетителя, для обслуживания клиентов, находящихся в стоячем положении или за барным стулом. Вторая столешница барной стойки (внутренняя) выполняется на высотах 900–1100 мм для удобства сотрудника (бармена, бариста), который работает стоя. Администратор же, работает за административной стойкой в сидячем положении, поэтому столешница со стороны посетителя выполняется высотой 1000–1150 мм для обслуживания клиента, находящегося в стоячем положении и в то же время для комфортного взаимодействия с клиентом из сидячего положения. Внутренняя

столешница традиционно располагается на высоте стандартного стола 680–750 мм для комфортной работы в положении сидя (рис. 2).

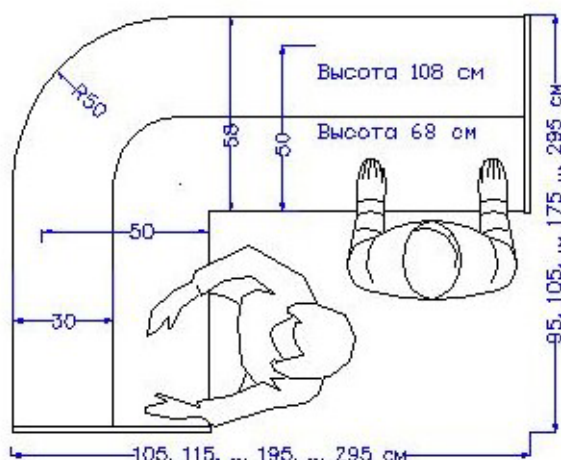
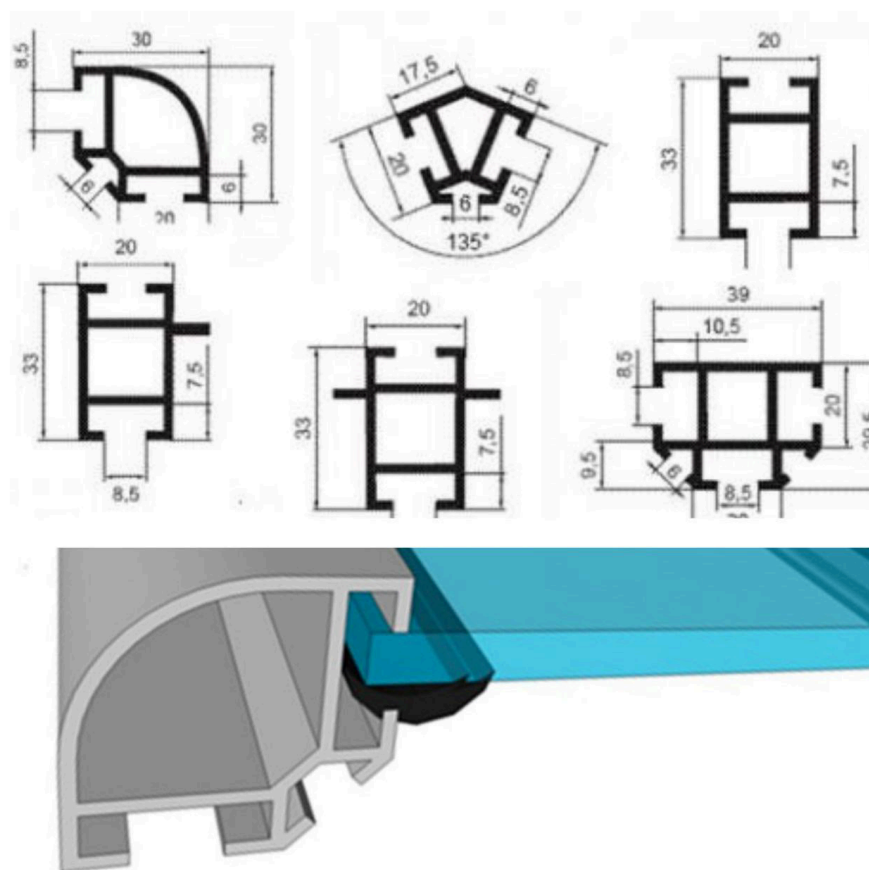


Рис. 2. Проектное решение технологии «Кастом-мебель». Схема расположения и предполагаемые размеры административной стойки для углового размещения двух сотрудников

Технология «Кастом-мебель» включает в себе большой спектр подобных проектных решений, которые, как правило, применяются индивидуально для каждого дизайн-проекта. Зачастую не существует типового решения, потому что в проектировании имеет значение многое: размеры помещений и проектируемой мебели, количество посетителей и сотрудников, выбор цветовых решений, соотношение дизайнерской формы с функционалом, и целая куча эстетических нюансов. Характер производства специализированной индивидуальной мебели определяется не только особенностями технологии ее проектирования и последующего изготовления, но и видами материалов, которые для этого используются [3]. «Кастом-мебель», изготавливается из деревянных пиломатериалов (вагонка, доска, мебельные щиты, столешницы), а также листовых: МДФ (среднеплотная древесноволокнистая плита), ЛДСП (ламинированная древесно-стружечная плита), ЛДВП, стекло, листовая сталь, полимеры, пластики (сибу), композитные материалы (монолитный, сотовый поликарбонат, оргстекло, ПВХ, сэндвич панели на основе вспененного полиэтилена и ПВХ). Профильные материалы: стальная труба и металлопрокат – в изготовлении сварного каркаса, алюминиевый профиль различной конфигурации,

модульные трубные системы. Используются пленки (оракал), фурнитура различного назначения, кромки, клеи, крепеж и другие специальные материалы.

В качестве примера специального материала, применяемого для проектирования специализированной мебели по технологии «Кастом-мебель» рассмотрим легкий алюминий, а именно алюминиевый профиль системы «Еврошоп», который часто используется в дизайн-проектах торговой и выставочной мебели из стекла. Как правило, товары в стеклянных витринах не легкие и габаритные. К стеклянным полкам предъявляется также такое требование, что они должны выдерживать большой вес. Великолепным конструктивным решением стало использование алюминиевого профиля. Стекло заключается в пазы профиля, зажимается силиконовым уплотнителем. Такое решение позволяет увеличивать вес, который способна выдерживать полка, а также длину полки, что востребовано для размещения крупногабаритного товара (рис. 3).



*Рис. 3. Профиль для торговой мебели – конструкция прогонов и стоек.
Монтаж в паз – стекло*

В свою очередь, технология проектирования «Кастом-мебель» полностью соответствует функциональным, конструктивным, технико-экономическим и эстетическим требованиям, которые предъявляются при проектировании мебели.

Требования к функциональности определяются спецификой проектирования и последующего изготовления мебели, которая должна обеспечивать комфорт, качество, скорость и эффективность процессов торговли или предоставления услуги, а также соответствовать потребностям заказчика и специфике конкретной деятельности. Функциональность должна соответствовать общим принципам физиологии человека, быть удобной и практичной для сотрудников, соответствовать нормам трудового законодательства, гигиены и психологии как для персонала, так и для клиентов [4, с. 435-436]. Рассмотрим применение функциональных требований в контексте рассматриваемой технологии проектирования. Например, предприятию требуются столы для регулировщиков. Какие ключевые аспекты необходимо учесть? Столы должны выдерживать вес используемого оборудования и иметь защитные экраны для предотвращения радиочастотных помех и т. д.

Конструктивные требования к изготовлению такой специфической мебели не менее важны и должны быть учтены уже на этапе проектирования. Мебель должна быть удобной в использовании, устойчивой и надёжной, а также технологичной и долговечной. В то же время она должна соответствовать современным тенденциям и конструктивным решениям в своей области. К любой корпусной мебели, включая специализированную, изготовленную по индивидуальным проектам, предъявляются требования технических условий, норм и ГОСТов.

В процессе проектирования нестандартной специализированной мебели особое внимание уделяется технико-экономическим аспектам. Несмотря на индивидуальный подход, используются стандартные сертифицированные фабричные комплектующие и материалы. Унификация ключевых и несущих элементов, стандартизация технических параметров, размеров и характеристик

отдельных компонентов конструкции, а также соблюдение технических норм и правил проектирования мебели – всё это также является неотъемлемой частью процесса.

Эстетические аспекты в технологии проектирования нестандартной специализированной мебели играют ключевую роль. Прежде всего, это касается дизайна, который должен быть как функциональным, так и гармоничным по форме и материалу. Правильно подобранные материалы и их цветовая гамма придают изделию завершённый вид, подчёркивают его стиль и бренд, создают целостное восприятие как формы, так и содержания объекта, а также обеспечивают гармоничность общего интерьера [5].

Литература

1. Лукаш А.А., Глотова Т.И., Романов В.А., Чернышов О.Н. Методологические основы дизайна и конструирования мебели: монография. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2023. – 148 с.
2. Михайленко А.Ю. Основные принципы, понятия, классификация и методология технологии проектирования специализированной мебели для предприятий, учреждений, магазинов. // Человек и культура. 2024. № 4. С. 59-75. DOI: 10.25136/2409-8744.2024.4.71255 EDN: ZLWZNW URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71255.
3. Журавлева Л.Н. Технология композиционных материалов и древесных плит. – Лесосибирск: филиал СибГУ в г. Лесосибирске, 2017. – 184 с.
4. Волкова Ю.А. Функциональность и дизайн как основа совершенствования конструкции мебели // NovaInfo. – 2016. – № 56. – С. 435-436.
5. Ветошкин Ю.И. основы конструирования мебели: учебное пособие. – 3 изд. – Екатеринбург: Министерство науки и высшего образования РФ, Уральский государственный лесотехнический университет, 2019. – 178 с.

СЕКЦИЯ «ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ»

ЛЕГАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ДОГОВОРА СИНДИЦИРОВАННОГО КРЕДИТА

Белозерских Даниил Сергеевич

аспирант, Белгородский университет кооперации, экономики и права,
Россия, г. Белгород

*Научный руководитель – доцент кафедры гражданского права и процесса
Белгородского университета кооперации, экономики и права
Внукова Валентина Арсентьева*

***Аннотация.** Работа посвящена рассмотрению правовых подходов к определению договора синдицированного кредита. Наиболее важную часть работы составляет анализ действующего законодательства.*

***Ключевые слова:** договор синдицированного кредита, кредит, синдикат, кредитор, заемщик, кредитный договор.*

Изначально институт синдицированного кредитования находил отражение в Инструкциях Банка России (далее – ЦБ РФ). Так, к примеру, впервые было дано определение «синдицированной ссуды (кредита)» в Инструкции ЦБ РФ от 01.10.1997 г. № 1 (утратила силу) «О порядке регулирования деятельности банков» – «ссуда, выданная банком заемщику, при условии заключения банком кредитного договора (договора займа) с третьим лицом, в котором определено, что указанное третье лицо обязуется предоставить банку денежные средства в сумме, равной или меньшей суммы основного долга по договору банка с заемщиком» [1]. Интересным представляется определение, которое было дано в другой Инструкции Банка России № 180-И (утратила силу) и раскрывалось следующим образом: «...соглашение о предоставлении кредита заемщику одним или несколькими лицами (участниками синдиката), в связи с предоставлением которого риск неисполнения либо ненадлежащего исполнения заемщиком обязательств по кредиту в срок принят одновременно двумя и более участниками соглашения» [2]. Позже появилось Приложение 4 к Инструкции Банка России № 139-И «Об обязательных нормативах банка» от 03.12.2012 г. (утратила силу), в соответствии с которым синдицированный

кредит определялся как «соглашение (договор) о предоставлении ссуды заемщику одним или несколькими лицами (участниками синдиката), в связи с предоставлением которой риск неисполнения либо ненадлежащего исполнения заемщиков обязательств по ссуде в предусмотренный соглашением (договором) срок принят одновременно двумя и более участниками соглашения» [3]. Исходя из представленных выше дефиниций, а втор приходит к выводу, что они были даны не для целей заполнения пробелов гражданского законодательства в области синдицированного кредитования, а для соблюдения кредитными организациями нормативов достаточности собственных средств при кредитовании, то есть данные определения выполняли, скорее, техническую функцию.

Легальное определение синдицированного кредита появилось в связи с принятием Закона № 486-ФЗ, в котором дано следующее определение синдицированного кредита (займа): «по договору синдицированного кредита (займа) несколько кредиторов (далее – синдикат кредиторов) обязуются согласованно друг с другом предоставить или предоставлять заемщику денежные средства в размере и сроки, предусмотренные договором для каждого кредитора, а заемщик обязуется возратить кредиторам полученные от них денежные средства, уплатить проценты за пользование денежными средствами, а также иные платежи, если обязанность их уплаты предусмотрена договором» [4, ст. 2]. Предмет и срок являются существенными условиями синдицированного кредита. Предмет – передача синдикатом денежных средств в оговоренном размере заемщику в собственность. Срок как существенное условие отличает данный договор от классического кредитного договора. При этом в п. 1 ст. 2 Закона № 486-ФЗ прямо указано обязательство кредиторов исполнить обязательство в обусловленный срок. В соответствии с определением, которое дано в Законе № 486-ФЗ, договор синдицированного кредита является консенсуальным, возмездным и двусторонне обязывающим. Такой позиции придерживаются и иные авторы: «исходя из этого определения, можно сделать вывод о том, что договор синдицированного кредита (займа) является

консенсуальным, поскольку еще до передачи оговоренной в договоре денежной суммы договор считается заключенным, остается дождаться наступления определенного договором срока для того, чтобы эта передача состоялась» [5, с. 37]. Представляется интересным, как тонко суды подходят к форме заключения синдицированного договора: «...довод ответчика о том, что кредитное соглашение с Банком ВТБ (ПАО) и кредитные соглашения (ЗАО «Банк ВТБ (Армения)») по сути представляют собой синдицированную ссуду отклоняются судом. *Договор синдицированного кредита (займа) должен быть заключен в письменной форме. Несоблюдение формы договора синдицированного кредита (займа) влечет его ничтожность (п. 7). В данном случае, между Банком ВТБ (ПАО), ЗАО «Банк ВТБ (Армения)» и ЗАО «Техут» договор синдицированного кредита не заключался, соответственно, отношения синдицированного кредитования между указанными лицами отсутствуют...*» [6].

С правовой точки зрения синдицированный кредит представляет интерес не столько ввиду особого способа привлечения финансирования, сколько с точки зрения организации разветвленных договорных связей. Сделка по синдицированному кредитованию затрагивает целый пласт дифференцированных договоров различной правовой природы, заключение которых направлено на достижение одной цели – финансирование (организация и предоставление заемщику денежных средств в форме кредита) с эффективным распределением рисков участников сделки на разных ее этапах. К примеру, структура сделки по предоставлению синдицированного кредита, в соответствии с Законом № 486-ФЗ может объединять следующие договоры:

1. Договор об организации синдицированного кредита (займа);
2. Межкредиторское соглашение;
3. Договор синдицированного кредита (займа);
4. Договор об управлении залогом;
5. Иные договоры, перечень не закрыт.

Правовая конструкция договора синдицированного кредита уникальна, может быть определена как смешанный договор, либо договор *sui generis*.

Анализ ч. 4 ст. 2 Закона № 486-ФЗ позволяет сделать вывод, что конструкция договора должна быть квалифицирована в соответствии с положениями ст. 421 ГК, как смешанный договор ввиду того, что объединяет разнотипные правоотношения, объединенные единой целью. Однако возникает вопрос допустимости признания в качестве смешанного договора, конструкцию, которая объединяет ряд автономных договоров (имеющих свой предмет, договоры, которые входят в состав, могут быть заключены в виде отдельных договоров без изменения либо деформации правоотношений). Договор, который включает лишь части нескольких договоров (неполные предметы разных договоров) следует считать договором *suī generis*. Такие договоры должны регулироваться общими положениями обязательственного права, в случае если регулирования недостаточно, то правилом о наиболее близком договоре. Исходя из положений ст. 2 Закона № 486-ФЗ можно сделать вывод, что законодатель урегулировал только один вид синдицированного кредитования – совместно инициированный.

Литература

1. О порядке регулирования деятельности банков: Инструкция Банка России от 01 октября 1997. № 1 // Вестник Банка России. 1997. // Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_220206/ (дата обращения 08.02.2025).
2. Об обязательных нормативах банков (вместе с «Методикой расчета кредитного риска по условным обязательствам кредитного характера», «Методикой расчета кредитного риска по ПФИ», «Методикой определения уровня риска по синдицированным ссудам», «Порядком расчета норматива максимального размера риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков (Н6) по сделкам, совершаемым на возвратной основе», «Методикой расчета риска изменения стоимости кредитного требования в результате ухудшения кредитного качества контрагента», «Порядком распределения прибыли (части прибыли)»: Инструкция Банка России от 28 июня 2017 № 180-И // Вестник Банка России. 2017. № 65-66 // Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_220206/ (дата обращения 08.02.2025).
3. Об обязательных нормативах банка: Инструкции Банка России от 03 декабря 2012. № 139-И // Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_220206/ (дата обращения 08.02.2025).
4. О синдицированном кредите (займе) и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федеральный закон от 31 декабря 2017 года № 486-ФЗ. – ст. 2 // Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286745/ (дата обращения: 20.01.2025).
5. Матвеева Н.А. Правовая природа договоров синдицированного кредита и об организации синдицированного кредита // Банковское право. 2020, № 3. С. 37-54.
6. Решение от 10 августа 2020 г. по делу № А40-267942/18-182-2154 / Арбитр. Суд г. Москвы. Режим доступа: СПС «КонсультантПлюс».

МЕТОДЫ ПОСТРОЕНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Голубков Андрей Александрович

специалист по менеджменту и маркетингу,
ООО «ОРИОН АН», Россия, г. Казань

***Аннотация.** Личный бренд предпринимателя представляет собой стратегический инструмент, позволяющий бизнесу повышать конкурентоспособность и формировать лояльную клиентскую базу. Опыт таких лидеров, как Илон Маск и Ричард Брэнсон, иллюстрирует, что целенаправленно сформированный публичный образ открывает доступ к новым возможностям – укреплению репутации, привлечению инвестиций и формированию долгосрочных партнёрств. С другой стороны, примеры Uber или Dolce & Gabbana демонстрируют, как неверные действия основателей и руководителей могут привести к репутационному кризису и падению продаж.*

Эффективное развитие личного бренда требует системной работы – от контент-маркетинга и активности в соцсетях до участия в отраслевых событиях и грамотного управления репутационными рисками. При этом важно сохранять аутентичность и строить коммуникацию вокруг ценностей, близких аудитории. Стратегическое использование сильного личного бренда руководителя способно значительно повысить узнаваемость компании, а также облегчить выход на новые рынки. Как видно, личный бренд – это не только имидж, но и мощный актив, влияющий на устойчивость и перспективы бизнеса.

***Ключевые слова:** личный бренд, предприниматель, репутация, экспертность, ценности, медийность, маркетинг, доверие, нетворкинг, конкурентоспособность.*

В современных условиях развития малого и среднего предпринимательства личный бренд становится одним из ключевых факторов конкурентоспособности. Как отмечает Джефф Безос, основатель Amazon, «личный бренд – это то, что о вас говорят, когда вас нет в комнате» [2, с. 37-42]. Данная цитата подчёркивает, что репутация и публичный образ предпринимателя напрямую влияют на доверие клиентов, партнёров и инвесторов. Сильный личный бренд способствует ускоренному продвижению бизнеса, повышению лояльности целевой аудитории и укреплению маркетинговых позиций компании. Однако его формирование требует системного подхода и грамотного управления, учитывающего возможные риски и сложности.

Исследуемая тема формирования и развития личного бренда предпринимателя активно изучается в отечественной и зарубежной научной литературе.

В рамках данного направления можно выделить несколько ключевых групп исследований.

Фундаментальные аспекты личного бренда, его сущность и принципы формирования рассмотрены в работах М. А. Азаренка [1], Е. Кононовой [7], О. Г. Федоровой [25], Г. Фёрста [26]. Авторы анализируют концепцию персонального брендинга, описывают ключевые стратегии его создания и раскрывают практическое значение в профессиональной среде.

Роль личного бренда в предпринимательской деятельности исследуется в трудах А. Г. Богдашкиной [2], Т. Бутенко [3], В. В. Голутво [4], Н. П. Кетовой [6], С. В. Кошевенко [8], М. А. Лёшиной [9], С. С. Лосева [10], М. А. Лощиловой [11], Ю. С. Мурашёвой [14], Т. Ю. Подгорной [16], Д. О. Рябовой [19], Е. В. Стаины [22]. Эти исследования подчеркивают значение персонального бренда для бизнеса, его влияние на конкурентоспособность и эффективность коммуникации с целевой аудиторией.

Вопросы цифрового продвижения личного бренда в условиях современных технологий детально рассматриваются в работах Ю. С. Грицука [5], А. Мавричевой [12, 13], Ю. Саленбахера [20], Т. Ю. Подгорной [17]. Ученые анализируют инструменты интернет-маркетинга, видеоконтент, социальные сети и влияние цифровой среды на формирование узнаваемости и доверия к персональному бренду.

Особенности личного бренда в различных профессиональных сферах изучены в трудах А. Самохи [21] (юридическая сфера), В. А. Ткачева [23] (медицина), В. В. Утяшевой [24] (шоу-бизнес), Е. А. Чижовой [27] (блогинг и медийная среда). Эти исследования раскрывают специфику формирования персонального бренда в зависимости от профессиональной деятельности и целевой аудитории.

Несмотря на значительную разработанность темы, остается ряд нерешенных вопросов, требующих дальнейшего изучения. В частности, необходимо глубже исследовать влияние цифровой среды на доверие аудитории, стратегическое управление личным брендом в кризисных ситуациях, а также

разработку эффективных моделей монетизации персонального бренда в различных сферах.

Исходя из темы, ее актуальности, степени изученности, цель статьи – проанализировать и обобщить актуальные методы построения личного бренда предпринимателя.

Задачами исследования выступают – обобщить основные подходы и теоретические концепции личного брендинга; обобщить практические методы формирования личного бренда на примере известных предпринимателей; выявить риски и ошибки, влияющие на репутацию предпринимателя и его компании; обосновать рекомендации по эффективному управлению личным брендом с учётом специфики малого и среднего бизнеса.

Личный бренд представляет собой совокупность ассоциаций, эмоций и мнений, которые окружающие связывают с конкретным человеком. Согласно определению, предложенному **Ричардом Брэнсоном (основатель Virgin Group)** – *«Бренд – это не просто логотип, это ваша философия, ваша история, то, как люди воспринимают вас и ваш бизнес»*. Другими словами, пишет А. Г. Богдашкина – «это публичный образ, сформированный на основе навыков, ценностей и репутации индивида» [2, с. 37-42].

Отличия и общие черты в понимании сущности личного бренда отображены в таблице 1.

Как видно из табличного анализа, ключевыми элементами личного бренда являются экспертность, ценности, репутация и медийность. Экспертность подразумевает глубокие знания и опыт в определенной сфере, что позволяет человеку быть признанным профессионалом. Ценности отражают внутренние убеждения и принципы, которыми руководствуется индивид, и которые транслируются в его деятельности. Репутация складывается из мнений и отзывов окружающих о человеке, его надежности и профессионализме. Медийность же отражает степень присутствия и активности личности в информационном пространстве, включая социальные сети, СМИ и другие каналы коммуникации [5, с. 79-90].

Сущность личного бренда

Автор/источник	Определение личного бренда	Схожие черты	Отличия
Джефф Безос, цит по [2, с. 37-42]	Личный бренд – это то, что о вас говорят люди, когда вас нет в комнате.	Восприятие окружающими, влияние репутации.	Акцент на общественном мнении, а не на целенаправленном развитии.
А. Г. Богдашкина [7, с. 142-155]	Публичный образ, формируемый на основе ценностей, принципов и профессиональной деятельности.	Формирование через ценности, профессиональные навыки.	Рассматривается целенаправленное создание бренда.
Филип Котлер [10, с. 234-239]	Совокупность маркетинговых стратегий, направленных на популяризацию личности.	Популяризация, продвижение, стратегия.	Рассматривается через призму маркетинга, без акцента на ценности.

Согласно выводам А. Г. Богдашкиной, личный бренд – это позитивный публичный образ человека, который появляется в результате целенаправленных усилий. Таким образом, личный бренд формируется осознанно и требует постоянной работы над собой и своим имиджем [7, с. 142-155].

Обобщая различные подходы, можно предложить следующее универсальное определение – личный бренд – это целенаправленно сформированный публичный образ человека, основанный на его экспертности, ценностях, репутации и медийности, с целью достижения определенных профессиональных или личных целей [10, с. 234-239].

Видовые отличия личных брендов могут проявляться в зависимости от сферы деятельности, целевой аудитории и выбранных каналов коммуникации. Например, личный бренд предпринимателя будет отличаться от бренда художника или общественного деятеля по содержанию транслируемых ценностей, стилю общения и используемым платформам для взаимодействия с аудиторией.

Личный бренд и корпоративный бренд представляют собой два различных подхода к формированию имиджа и репутации в бизнесе. Личный бренд фокусируется на индивидуальности человека, его уникальных чертах, профессиональных навыках и ценностях, которые он транслирует в профессиональной и социальной среде. Согласно исследованиям, 77% потребителей

выбирают бренды, с которыми разделяют схожие ценности [5, с. 79-90]. Корпоративный бренд, напротив, отражает совокупность ощущений, ассоциаций, эмоций и ценностей, которые потребители связывают с компанией и её продуктами или услугами. Примером такого бренда является компания Apple, чьи ценности связаны с инновациями и дизайном, что привлекает лояльную аудиторию.

Обобщая отличия личного бренда от корпоративного, заметим – личный бренд:

- строится вокруг личности, её опыта, ценностей и стиля общения, тогда как корпоративный бренд концентрируется на миссии, ценностях и предложениях компании. Теория социальной идентичности утверждает, что люди склонны доверять тем, кого они воспринимают как часть своей социальной группы, что подтверждает важность личного бренда в установлении доверия [14, с. 56-64].

- обладает большей гибкостью, позволяя быстрее адаптироваться к изменениям и новым тенденциям, в то время как корпоративный бренд, связанный с определёнными продуктами или услугами, менее подвержен быстрым изменениям. Это подтверждается примером И. Маска, который использует свой бренд для продвижения инноваций в области электромобилей и космических технологий [15, с. 55-58].

- способен устанавливать более глубокие уровни доверия с аудиторией, поскольку люди склонны доверять другим людям больше, чем безличным организациям. Исследования показывают, что люди более склонны покупать у брендов, с которыми у них есть доверительные отношения [17, с. 89-95].

Как видно из обобщения, развитие личного бренда способствует укреплению доверия и лояльности клиентов, что напрямую влияет на маркетинговые усилия и увеличение продаж. Сильный личный бренд помогает выделиться среди конкурентов, устанавливать прочные связи с целевой аудиторией и создавать положительный имидж, что в конечном итоге приводит к росту

бизнеса. Как подчеркивает в своей работе Ю. С. Грицук, «эффективный личный бренд способствует не только улучшению репутации, но и увеличению прибыли за счет создания устойчивых связей с потребителями» [5, с. 79-90].

Существует несколько теорий, объясняющих механизмы формирования доверия в бизнесе. Одна из них, упоминаемая выше теория социальной идентичности, которая утверждает, что люди склонны доверять тем, кого они воспринимают как часть своей социальной группы. Применительно к личному бренду это означает, что демонстрация ценностей и убеждений, схожих с аудиторией, способствует укреплению доверия. Другая теория – теория транзакционного лидерства, предполагающая, что доверие формируется на основе взаимовыгодных обменов и выполнения обещаний. В контексте личного бренда это подчёркивает важность соответствия заявлений и действий, а также поддержания репутации надёжного и компетентного профессионала.

Наглядными примерами личного брендинга выступают достаточно известные персоны.

Илон Маск, основатель компаний Tesla и SpaceX, Маск использует свой личный бренд для продвижения инноваций в области электромобилей и космических технологий. Его активное присутствие в социальных сетях и открытость к обсуждению своих проектов создают образ визионера и новатора, что привлекает инвесторов и клиентов. Исходя из выводов А. Г. Богдашкиной, «Маск использует свой личный бренд как инструмент для расширения возможностей своих компаний на международной арене» [2, с. 37-42].

Ричард Брэнсон – создатель корпорации Virgin, Брэнсон известен своим авантюрным духом и нестандартным подходом к бизнесу. Его личный бренд ассоциируется с инновациями и смелыми решениями, что помогает выделять его компании на рынке. Пример Ричарда Брэнсона демонстрирует, как нестандартный подход к ведению бизнеса помогает усилить личный бренд и его влияние.

Оскар Хартманн, предприниматель и инвестор, Хартманн активно делится своим опытом и знаниями, выступая на конференциях и публикуя

материалы о бизнесе. Его личный бренд строится на экспертности и готовности помогать другим предпринимателям.

Личный бренд Олега Торбосова, основателя элитного агентства недвижимости Whitewill, формируется через стратегическое управление информационными потоками, где он сознательно создаёт и заполняет «вакуум» информации вокруг себя, растворяя психологический барьер для взаимодействия с будущими клиентами. Важными аспектами его бренда являются – прозрачность и честность, контроль над информационным потоком, активное использование публичности и преодоление посредственности. Как отмечает О. Торбосов – «он использует публичность как мотивацию для достижения лучших результатов, что способствует улучшению его репутации как предпринимателя и лидера».

Олег Тиньков, основатель Тинькофф Банка, использовал свой личный бренд для продвижения банковских услуг. Его активное участие в публичных обсуждениях и открытость способствуют укреплению доверия клиентов [4, с. 92-96].

Как видно из обобщения опыта популярных предпринимателей, личный бренд оказывает значительное влияние на ключевые бизнес-процессы компании, включая маркетинг, PR, продажи, клиентскую лояльность, привлечение инвестиций, HR и корпоративную культуру [26, с. 93-104].

Сильный личный бренд руководителя может существенно усилить маркетинговые и PR-активности компании. Лидер, обладающий авторитетом и признанием в своей отрасли, способен привлечь внимание к продуктам и услугам компании, повышая их узнаваемость и доверие потребителей. Например, активное участие руководителя в профессиональных мероприятиях, публикация экспертных статей и выступления на конференциях способствуют укреплению имиджа компании и привлечению новой аудитории. Так, Илон Маск, генеральный директор Tesla и SpaceX, активно участвует в различных мероприятиях и делится своими мыслями в социальных сетях, что помогает привлекать внимание к его компаниям и их продуктам [22, с. 251-260].

Личный бренд лидера играет ключевую роль в формировании доверия клиентов. Потребители склонны доверять реальным людям больше, чем безличным корпорациям. Когда лидер компании активно взаимодействует с аудиторией, демонстрируя прозрачность и открытость, это способствует укреплению доверия и повышению лояльности клиентов. Например, регулярные обращения руководителя к клиентам через социальные сети или блоги могут повысить уровень доверия и укрепить отношения с целевой аудиторией. Например, Говард Шульц, бывший генеральный директор Starbucks, часто общался с клиентами через социальные сети и активно участвовал в благотворительных инициативах, что способствовало созданию позитивного образа компании [31, с. 108-115].

Инвесторы при оценке потенциальных вложений обращают внимание не только на финансовые показатели компании, но и на личность её руководителя. Сильный личный бренд лидера свидетельствует о его компетентности, надежности и способности вести компанию к успеху [1, с. 74-94].

Личный бренд руководителя оказывает влияние на привлекательность компании как работодателя. Сильный и позитивный имидж лидера способствует привлечению талантливых специалистов, которые хотят работать под его руководством. Кроме того, такой бренд помогает удерживать текущих сотрудников, повышая их лояльность и удовлетворенность работой. Например, Ричард Брэнсон, основатель Virgin Group, известен своим неординарным подходом к управлению и поддержке сотрудников, что делает его компанию привлекательной для многих профессионалов [31, с. 108-115].

Резюмируя, заметим, развитие и поддержание сильного личного бренда лидера является стратегически важным для успешного функционирования и развития компании, влияя на различные аспекты её деятельности и способствуя достижению поставленных целей.

В современном цифровизированном мире личный бренд предпринимателя представляет собой неотъемлемую составляющую успешного бизнеса. Как подчёркивает в своих работах М. А. Азаренок, «эффективный личный

бренд способствует привлечению клиентов, партнеров и инвесторов, а также укрепляет доверие к компании» [1, с. 254-267]. Рассмотрим ключевые инструменты, способствующие формированию и развитию личного бренда предпринимателя.

Социальные сети являются мощной платформой для продвижения личного бренда. Платформы, такие как Instagram (запрещен в России, по решению Генпрокуратуры в марте 2024 г.), LinkedIn, Twitter и YouTube, предоставляют предпринимателям возможность напрямую взаимодействовать с аудиторией, демонстрировать свою экспертизу и делиться личными историями. Например, Илон Маск активно использует Twitter для общения с подписчиками, что делает его образ более доступным и человечным. Его сообщения о проектах SpaceX и Tesla не только информируют, но и формируют имидж инноватора и лидера. Согласно исследованию, проведенному Минэкономразвития России, 82% малых и средних предприятий самостоятельно ведут бизнес в социальных сетях, что подчеркивает их значимость в современном предпринимательстве [2, с. 37-42].

Создание качественного контента является одним из ключевых способов заявить о себе как об эксперте. Блоги, подкасты и выступления на конференциях позволяют предпринимателям делиться знаниями и опытом. Например, Гэри Вайнерчук, серийный предприниматель и автор, управляет YouTube-каналом «GaryVee», на котором он делится своими взглядами на маркетинг, предпринимательство и личностное развитие. Подкасты также набирают популярность; основатель HubSpot Брайан Халлиган запустил подкаст «The Growth Show», где обсуждает стратегии роста бизнеса, что помогает ему оставаться на виду у целевой аудитории [3, с. 20-24].

Участие в отраслевых мероприятиях и публикации в СМИ являются важными инструментами формирования личного бренда. Например, основательница Spanx Сара Блейкли активно участвовала в телешоу и давала интервью, что способствовало ее узнаваемости в бизнес-сообществе. Публикации в авторитетных изданиях, таких как Forbes или Harvard Business Review, также

способствуют укреплению репутации. Например, основатель Amazon Джефф Безос регулярно публикует письма акционерам, которые становятся предметом обсуждения в медиа и бизнес-сообществе [4, с. 92-96].

Связи и партнерства играют ключевую роль в формировании личного бренда. Участие в профессиональных сообществах, конференциях и мероприятиях помогает предпринимателям расширять круг знакомств и находить новых партнеров. Например, основатель Virgin Group Ричард Брэнсон известен своими многочисленными партнерствами и связями в различных отраслях, что укрепляет его репутацию как инноватора и лидера. Нетворкинг также помогает находить наставников и единомышленников; например, Опра Уинфри активно использует свои связи для продвижения проектов и укрепления личного бренда [1, с. 254-267].

Формирование личного бренда – это долгосрочный процесс, требующий стратегического подхода и использования различных инструментов. Социальные сети, контент-маркетинг, PR и нетворкинг помогают предпринимателям не только заявить о себе, но и укрепить свою репутацию. Примеры успешных предпринимателей, таких как Илон Маск, Сара Блейкли и Ричард Брэнсон, показывают, что личный бренд может стать мощным активом в достижении бизнес-целей. Главное – быть последовательным, искренним и готовым делиться своими знаниями и опытом с миром [2, с. 37-42].

Помимо очевидных преференций, личный брендинг влечет риски. Как отмечает в своих исследованиях А. Г. Богдашкина, «управление корпоративной репутацией важно, но этого недостаточно по ряду причин» [2, с. 37-42]. В связи с этим, личный брендинг, несмотря на свои преимущества, сопряжен с рядом значительных рисков, способных повлиять на устойчивость и развитие бизнеса. Рассмотрим ключевые проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели при формировании и поддержании своего бренда.

Как уже отмечалось, личный бренд предпринимателя тесно связан с имиджем компании, поэтому любая негативная информация о нем может нанести серьезный ущерб репутации бизнеса. Скандалы, неосторожные

высказывания или неподобающее поведение в публичном пространстве способны подорвать доверие клиентов, партнеров и инвесторов. Например, после спорных заявлений Илона Маска в Twitter акции Tesla демонстрировали значительную волатильность, что подчеркивает высокую степень влияния репутации основателя на корпоративный имидж. Согласно Bloomberg, в 2018 году из-за твита Маска акции Tesla упали на 9%.

В случае разногласий между ценностями предпринимателя и стратегией компании могут возникать ситуации, когда личный бренд начинает противоречить корпоративному. Это особенно актуально для бизнеса, где публичный имидж основателя играет важную роль, отмечает Г. Фёст [26, с. 93-104]. Если компания развивается в направлении, не соответствующем личным убеждениям предпринимателя, это может вызвать кризис восприятия бренда и снизить лояльность аудитории. Например, когда Uber оказался в центре нескольких скандалов, связанных с поведением его основателя Трэвиса Каланика, компания столкнулась с серьезными репутационными проблемами и массовыми увольнениями.

Если вся стратегия продвижения строится вокруг персоны владельца, компания становится уязвимой в случае его ухода, смены деятельности или снижения публичной активности. Например, после ухода Стива Джобса из Apple возникали сомнения относительно будущего бренда, поскольку он являлся ключевой фигурой компании. Тем не менее Apple удалось сохранить свои позиции на рынке благодаря развитию сильного корпоративного бренда, который не полностью зависел от личности Джобса. Важно развивать многогранный корпоративный бренд, который будет устойчив к изменениям в руководстве.

Активное ведение личного бренда требует значительных временных и эмоциональных затрат, что может привести к перегрузке предпринимателя. Потребность в постоянном присутствии в публичном пространстве, ведение социальных сетей, участие в мероприятиях и создание контента могут отвлекать от стратегического управления бизнесом. В таких случаях делегирование

задач профессиональным PR-специалистам и контент-маркетологам становится необходимым инструментом для поддержания баланса между развитием личного бренда и эффективным управлением компанией. По данным исследования Harvard Business Review, более 70% успешных предпринимателей делегируют значительную часть задач по ведению личного бренда своим командам.

Таким образом, личный брендинг предоставляет предпринимателям широкие возможности, но требует грамотного управления для минимизации рисков и предотвращения потенциальных проблем. Разработка сбалансированной стратегии, включающей меры по управлению репутацией, снижению зависимости бизнеса от личности основателя и оптимальному распределению нагрузки, способствует долгосрочному успеху как личного, так и корпоративного бренда.

Проиллюстрируем данные выводы примерами.

Forbes, в интервью с Игорем Манном отмечается, что предприниматель, известный маркетолог и автор книг, построил успешный инфобизнес на основе своего личного бренда. Он активно ведёт блоги, выступает на конференциях и публикует книги, что позволяет ему привлекать клиентов и партнёров. Его личный бренд ассоциируется с экспертизой в маркетинге, что делает его курсы и консультации востребованными.

Радислав Гандапас, один из самых известных бизнес-тренеров в России, построил свой бренд на основе экспертизы в области ораторского искусства и лидерства. Его книги, видеокурсы и выступления на TEDx помогают ему привлекать клиентов по всему миру. Личный бренд Радислава позволяет ему продавать свои услуги по премиальным ценам.

Ольга Якушева, основательница бренда одежды «Ольга Якушева», активно использует свой личный бренд для продвижения бизнеса. Она делится личными историями, рассказывает о процессе создания коллекций и вовлекает аудиторию в жизнь бренда. Это создаёт эмоциональную связь с клиентами и повышает лояльность.

Помимо положительной практики существуют ошибки предпринимателей, которые негативно сказались на их бизнесе.

В ноябре 2018 года произошёл инцидент, связанный с модным брендом Dolce & Gabbana, который запустил рекламную кампанию в Китае перед крупным показом в Шанхае. В рекламных роликах китайская модель пыталась есть традиционные итальянские блюда, такие как пицца, спагетти и канноли, используя китайские палочки. За кадром звучал голос диктора, дающий ироничные и, по мнению многих, покровительственные инструкции, как справляться с едой.

Многие зрители обвинили бренд в расизме, считая видео стереотипными и унижительными, поскольку они изображали китайскую культуру в карикатурном виде. Ролики вызвали волну негодования в китайских социальных сетях, где хэштег #BoycottDolce стал популярным, а пользователи начали массово критиковать бренд [6, с. 45-50]. Дополнительный скандал разгорелся, когда в сеть утекли личные сообщения дизайнера Стефано Габбана, в которых он грубо высказывался о китайцах и Китае. Хотя сам Габбана позже заявил, что его аккаунт был взломан, это не смогло остановить кризис.

Из-за скандала грандиозный модный показ Dolce & Gabbana в Шанхае был отменён. Китайские звёзды, включая актёра Чжан Цзыи, отказались сотрудничать с брендом. Продукция бренда была убрана с крупнейших китайских онлайн-платформ, таких, как Tmall и JD.com. Несмотря на извинения Доменико Дольче и Стефано Габбана, доверие китайской аудитории было подорвано, и бренд до сих пор восстанавливает позиции на рынке.

Этот случай стал одним из самых ярких примеров того, как личные высказывания владельцев и ошибки в маркетинге могут нанести огромный ущерб репутации бизнеса.

Согласно выводам А. Мавричевой, «эффективное управление корпоративной культурой способствует укреплению репутации компании» [13, с. 149-162]. В 2017 году Uber столкнулась с серьёзными обвинениями в сексуальных домогательствах Трэвиса Каланика и дискриминации, что привело к

увольнению более 20 сотрудников после внутреннего расследования [5, с. 79-90]. Кроме того, в том же году было опубликовано видео, на котором Трэвис Каланик грубо общается с водителем Uber, что негативно отразилось на имидже компании. Эти события привели к тому, что в июне 2017 года Каланик покинул пост генерального директора под давлением инвесторов. После его ухода Uber предприняла шаги по улучшению корпоративной культуры и восстановлению доверия клиентов.

Сильная зависимость компании от личности её основателя представляет серьёзный риск для бизнеса. В случае ухода или снижения активности основателя компания может столкнуться с утратой доверия со стороны клиентов, инвесторов и партнёров. Примером этого является ситуация с компанией Apple после ухода Стива Джобса.

В 1985 году Стив Джобс был вынужден покинуть Apple из-за внутренних конфликтов. После его ухода компания столкнулась с серьёзными проблемами.

Финансовые трудности – Apple понесла убытки, превышающие \$1 млрд, что привело к массовым сокращениям сотрудников.

Снижение инновационности – без видения Джобса компания утратила лидерство в инновациях, что негативно сказалось на её конкурентоспособности.

В 1996 году Apple была вынуждена вернуть Джобса, чтобы спасти компанию от банкротства. Его возвращение ознаменовало новый этап роста и инноваций, включая выпуск таких продуктов, как iMac, iPod и iPhone.

Развитие личного бренда требует постоянного вовлечения – публичных выступлений, ведения социальных сетей, участия в интервью и мероприятиях. Предприниматель, одновременно управляющий бизнесом и активно развивающий свой медийный образ, может столкнуться с перегрузкой, негативно влияющей на его эффективность и на компанию [13, с. 149-162].

Примером предпринимателя, столкнувшегося с перегрузкой, является Илон Маск, который управляет Tesla, SpaceX, Neuralink, The Boring Company,

X (Twitter) и другими проектами, оставаясь при этом одним из самых активных публичных деятелей. В 2018 году он признался, что работает по 120 часов в неделю, практически не спит и проводит ночи в офисе. В интервью The New York Times Маск заявил, что перегрузка и стресс привели его к эмоциональному истощению, а инвесторы начали сомневаться в его способности эффективно управлять Tesla. Активное ведение Twitter (ныне X) неоднократно приводило к скандалам и репутационным проблемам, включая расследование SEC после его твита о намерении сделать Tesla частной компанией. Чтобы справиться с перегрузкой, Маску пришлось расширять команды топ-менеджеров и делегировать часть бизнес-процессов.

Другим, успешным примером является Гэри Вайнерчук, предприниматель и маркетолог, который успешно ведет личный бренд без перегрузки. Он публикует десятки постов и видео ежедневно, выступает и развивает несколько бизнесов. Однако сам он не создает весь контент – у него работает PR-команда, которая помогает ему вести соцсети, писать статьи и монтировать видео. Это позволяет ему сфокусироваться на ключевых задачах бизнеса, не теряя активного присутствия в публичном пространстве.

Обобщая, отметим, личный бренд представляет собой не только число подписчиков или известность в социальных сетях. Это репутация, стиль, философия и доверие аудитории, формируемые на протяжении многих лет. Однако нередко допускаются ошибки, препятствующие успеху. Рассмотрим восемь ключевых просчетов и примеры, подтверждающие их влияние.

Существует мнение, что сначала следует собрать подписчиков, а затем приступать к созданию контента. Однако всё наоборот – аудитория привлекается ценностью и уникальностью, а не пустым профилем. Гэри Вайнерчук начал публиковать видео на YouTube в 2006 году, когда платформа только развивалась. Он не ждал миллиона подписчиков, а документировал свой путь. Спустя годы его стратегия принесла плоды – сегодня он один из ведущих экспертов по маркетингу и личному бренду [19, с. 126-130]. Певица Лиззо годами выступала в небольших клубах, не дожидаясь идеального момента. Она

строила бренд на аутентичности и упорстве, а не на ожидании популярности. Её талант был признан на международном уровне [15, с. 55-58].

Зависть к успешным людям может привести к попыткам копировать их путь, что не приносит результатов. Важно адаптировать чужие идеи под себя и добавлять уникальность. Мари Форлео взяла концепцию коучинга по личностному росту, но добавила свою подачу – энергичную, с юмором и личными историями. Это сделало её шоу «MarieTV» популярным. Тим Феррис вдохновлялся методами продуктивности, но построил личный бренд на научном подходе и экспериментах, что отличает его от обычных мотивационных спикеров.

Личный бренд – это марафон, а не спринт, в этой связи, ошибка многих – надеяться на мгновенный успех и сдаваться, если этого не происходит. Саймон Синек продвигал свою концепцию «Начни с почему» десять лет, прежде чем его TED-доклад стал вирусным. Доверие строится годами. Опра Уинфри начинала с местного телевидения, прежде чем стала иконой медиа. Её история – пример силы последовательности.

Без стратегии личный бренд может пойти по ложному пути или даже разрушиться. Элизабет Холмс (Theranos) создавала образ технологического гения, но отсутствие реального продукта привело к полному провалу. Энтони Вайнер, бывший конгрессмен, разрушил свою репутацию серией скандалов. У него не было стратегии управления кризисами, что стоило ему карьеры.

Люди запоминают не только слова, но и визуальную составляющую бренда. Упущение этого момента может сделать личность незаметной. Стив Джобс сделал чёрную водолазку, джинсы и кроссовки частью своего бренда. Его минималистичный стиль стал символом Apple [7, с. 142-155]. Вирджил Абло (Off-White) создал уникальный визуальный код с кавычками и индустриальным дизайном, что сделало его бренд узнаваемым.

Просто давать советы недостаточно, важно делиться личным опытом, иначе аудитория не почувствует связь. Брене Браун построила бренд на исследованиях стыда и уязвимости, делаясь собственными историями. Это создало глубокую эмоциональную связь с аудиторией. Джей Шетти не просто даёт

советы по саморазвитию, а делится опытом жизни в монастыре, что делает его контент уникальным.

Эмоциональные реакции на негатив могут испортить личный бренд. Спокойствие и рациональность – ключ к доверию. Илон Маск несколько раз вступал в публичные конфликты, что приводило к репутационным и финансовым потерям. Кейси Нейстат, напротив, сохраняет хладнокровие в ответ на критику, что укрепляет доверие его аудитории.

Люди чувствуют, когда их используют [24, с. 376-378]. Манипуляции ради выгоды могут навсегда разрушить личный бренд. Логан Пол потерял доверие аудитории после публикации видео из «леса самоубийц» в Японии. Это выглядело как спекуляция ради просмотров. Белла Торн вызвала негативную реакцию, используя OnlyFans для быстрой монетизации, что многие сочли обманом подписчиков.

Как подчёркивает в своих работах А. Мавричева, «эффективное управление корпоративной культурой способствует укреплению репутации компании» [13, с. 149-162].

Обобщая выводы исследования, предлагаем основные рекомендации, связанные со стратегией и тактикой построения личного бренда предпринимателя в таблице 2.

Таблица 2

Методы построения личного бренда предпринимателя в цифровом пространстве

Метод	Ключевые аспекты	Инструменты	Примеры персон	Результат
Активность в соцсетях	Регулярное взаимодействие с аудиторией, публикация контента, формирование доверия.	Twitter, Instagram (запрещен в России, по решению Генпрокуратуры в марте 2024 г.), LinkedIn, Facebook (запрещен решением Тверского районного суда г. Москвы от 21.03.2022 г.), YouTube	Илон Маск (Twitter), Ричард Брэнсон (LinkedIn)	Укрепление репутации, расширение охвата, формирование образа «близости» к аудитории
Контент-маркетинг	Создание статей, блогов, подкастов,	Блог-платформы (Medium), подкасты (Apple Podcasts,	Гэри Вайнерчук (GaryVee), Игорь	Повышение узнаваемости,

Метод	Ключевые аспекты	Инструменты	Примеры персон	Результат
	видео для демонстрации экспертности.	Spotify), видеохостинги (YouTube)	Манн (книги и блоги)	привлечение целевой аудитории, укрепление статуса эксперта
Публичные выступления и участие в мероприятиях	Формирование статуса лидера мнений, нетворкинг, обмен опытом.	Конференции, форумы, TEDx, круглые столы, бизнес-клубы	Радислав Гандапас (бизнес-тренинги), Оскар Хартманн (конференции для стартапов)	Рост узнаваемости, укрепление связей, расширение круга партнёров и клиентов
Публикации и интервью в СМИ	Подчёркивание профессиональных достижений, формирование более широкой информационной повестки.	Печатные издания (Forbes, РБК), онлайн-СМИ (VC.ru, Inc.com), деловые каналы (РБК-ТВ)	Джефф Безос (письма акционерам, интервью), Сара Блейкли (интервью и ТВ-выступления)	Рост доверия, выход на более широкую аудиторию, формирование позитивного имиджа
Персональный стиль и визуальный идентификатор	Создание узнаваемого образа через внешний вид, манеру общения, уникальные черты.	Фирменная одежда, логотипы, характерная подача, фирменные приёмы	Стив Джобс (чёрная водолазка), Вирджил Абло (Off-White)	Мгновенная идентификация, ассоциация с инновациями или другими ценностями
Нетворкинг и партнёрства	Установление и развитие контактов, обмен ресурсами, совместные проекты.	Профессиональные сообщества (LinkedIn Groups), бизнес-клубы, отраслевые встречи	Ричард Брэнсон (Virgin Group), Опра Уинфри (связи с ведущими медийными лицами)	Расширение круга влияния, привлечение инвестиций, совместные маркетинговые акции
Наставничество и благотворительность	Демонстрация ценностей, отзывчивости, гуманизма.	Фонды, гранты, менторские программы, социальные проекты	Говард Шульц (Starbucks, благотворительные инициативы), Олег Тиньков (поддержка социальных проектов)	Повышение лояльности к предпринимателю и компании, укрепление репутации и имиджа «социально ответственного»

Метод	Ключевые аспекты	Инструменты	Примеры персоналий	Результат
Управление репутационными рисками	Мониторинг информационного поля, быстрая реакция на негатив, корректное поведение в кризисных ситуациях.	Системы мониторинга (Brand Analytics), антикризисные планы, сотрудничество с PR-специалистами	Uber (кризис при Трэвисе Каланике), Dolce & Gabbana (ошибочная рекламная кампания в Китае)	Минимизация репутационных потерь, сохранение доверия клиентов и партнёров

Как видно, личный бренд – это не просто контент и пиар. Это стратегия, доверие и последовательность. Ошибки, описанные выше, встречаются даже у известных людей, но знание их помогает избежать провалов. Главное – не ждать идеального момента, не копировать чужой успех и не рассчитывать на мгновенные результаты.

Литература

1. Азаренок М.А. Активируй свой персональный бренд!: 100 кейсов для повышения эффективности бизнеса: [16+] / М.А. Азаренок, Е. Азизова. – Москва: Эксмо, 2021. – 509, [1] с.: табл.; 22 см. – (Бизнес-бестселлеры). – ISBN 978-5-04-117179-7.
2. Богдашкина А.Г. Построение личного бренда в бизнесе (на примере магазина восточных и полезных сладостей «Гранат») // В сборнике: Студенческие чтения. Сборник статей. Ответственные редакторы Е.В. Дроботушенко, Е.Е. Богодухова, О.А. Яремчук. Чита, 2023. С. 37-42.
3. Бутенко Т., Грибановская, С.В. Лидер предприятия (предприниматель) как персональный бренд // Интеграция науки и производства. 2019. № 6. С. 20-24.
4. Голутво В.В., Докин А.В. Значимость личного бренда в развитии предпринимательства // В сборнике: Актуальные проблемы социэкономии в XXI веке. Сборник статей научных докладов по итогам XVI Международной научной конференции студентов и молодых учёных. Москва, 2024. С. 92-96.
5. Грицук Ю.С. Снимай, вдохновляй! Как развить личный бренд с помощью видео-инструментов: книга для тех, кто ведет свой блог и продвигает бизнес в социальных сетях: [16+] / Ю.С. Грицук. – Москва: Эксмо, Бомбора™, 2021. – 158, [1] с.: табл., цв. ил., портр.; 22 см. – (Социальные сети: от первого поста до первого миллиона). – ISBN 978-5-04-113815-8.
6. Кетова Н.П., Токарева Ю.Е. Персональный бренд предпринимателя как инструмент коммуникационной деятельности в управлении коммерческой организацией // Вестник экспертного совета. 2022. № 2 (29). С. 45-50.
7. Кононова Е. Личный бренд с нуля: практическое руководство по продвижению карьеры и бизнеса: [16+] / Е. Кононова. – 2-е изд. – Москва: АСТ, 2024. – 285, [1] с.: ил., табл.; 21 см. – (Переговоры. Убеждение. Влияние). – ISBN 978-5-17-165927-1.
8. Кошевенко С.В. Инструменты формирования личного бренда предпринимателя в интернете // В сборнике: Становление и развитие предпринимательства в России: история, современность и перспективы. Сборник материалов 6-й Международной научной конференции. Курск, 2020. С. 94-97.
9. Лёшина М.А. Современные инструменты построения личного бренда предпринимателя // В сборнике: Общество и экономическая мысль в XXI в.: пути развития и

- инновации. Материалы XII Международной научно-практической конференции. Воронеж, 2024. С. 328-332.
10. Лосев С.С. Влияние персонального бренда предпринимателя на узнаваемость продукта // В сборнике: Региональная экономика: опыт и проблемы. Материалы XIV Международной научно-практической конференции. Владимир, 2021. С. 234-239.
11. Лощилова М.А. Формула личного бренда предпринимателя // В сборнике: Инновационный конвент «Образование, наука, инновации. Молодежный вклад в развитие научно-образовательного центра «Кузбасс». Кемерово, 2019. С. 479-481.
12. Мавричева А. Код публичности 2020. Развитие личного бренда в эпоху Digital: [16+] / А. Мавричева. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2020. – 283, [1] с.: ил.; 21 см. – (Бестселлер). – ISBN 978-5-4461-1591-4.
13. Мавричева А. Код публичности 2022. Развитие личного бренда в эпоху Digital: глава-бонус в подарок!: [16+] / А. Мавричева. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2022. – 297, [1] с.: ил.; 21 см. – (Бестселлер). – ISBN 978-5-4461-2030-7.
14. Мурашёва Ю.С. Специфика личного бренда предпринимателя // В сборнике: Наука и технологии – ключевой фактор развития стран и регионов. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. Москва, 2022. С. 56-64.
15. Мурзаева В.А., Курденкова М.С., Кондратьева Е.А. Юмор как основной тренд в продвижении личного бренда // Медиасреда. 2024. № 1. С. 55-58.
16. Подгорная Т.Ю. Модель определения стратегического направления развития персонального бренда как инструмент менеджмента предпринимателя // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2024. № 4 (50). С. 134-138.
17. Подгорная Т.Ю. Упаковка точек контакта аудиторий персонального бренда предпринимателя как эффективный способ конкуренции // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2023. № 2 (44). С. 89-95.
18. Полякова Д.Ю. Личный бренд молодого предпринимателя для бизнеса и GR-коммуникаций // В сборнике: XXXVI Международные Плехановские чтения. Сборник статей участников конференции. В 4-х томах. Москва, 2023. С. 121-124.
19. Рябова Д.О. Личный бренд предпринимателя // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. 2023. № 3 (37). С. 126-130.
20. Саленбахер Ю. Создайте личный бренд: как находить возможности, развиваться и выделяться: [16+] / Ю. Саленбахер; пер. с англ. А. Семиной. – 3-е изд. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2021. – 239 с.: ил., портр.; 22 см. – (Серия «Главные книги о маркетинге»). – ISBN 978-5-00169-898-2.
21. Самоха А. Юрист. Личный бренд: от первого поста до федерального шоу: [12+] / А. Самоха. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2021. – 125 с.: ил.; 22 см. – (Серия «Адвокатские тайны»). – ISBN 978-5-222-34653-2.
22. Стаина Е.В., Шарапова Т.В. Личный бренд предпринимателя как инструмент продвижения бизнеса // В сборнике: Бренд-менеджмент пространств. Сборник статей IV Всероссийской научно-практической конференции. Тюмень, 2023. С. 30-37.
23. Ткачев В.А. Личный бренд врача / В.А. Ткачев. – Москва: [б. и.], 2024. – 267 с.: ил.; 22 см. – ISBN 978-5-521-24156-9.
24. Утяшева В.В. К вопросу о регистрации товарного знака звездами шоу-биза // В сборнике: Юридическая наука в условиях современных вызовов. Материалы III Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Уфа, 2024. С. 376-378.
25. Федорова О.Г. Создай личный бренд: [12+] / О.Г. Федорова. – Москва: АСТ, 2020. – 191, [8] с.: ил., портр., цв. ил.; 22 см. – (Серия «Звезда Инстаграма. Подарочная книга»). – ISBN 978-5-17-119950-0.

26. Фёст Г.Я. и есть личный бренд: [16+] / Г. Фёрст. – Москва: Writer's Way, 2021. – 186, [3] с.; 23 см. – ISBN 978-5-907485-06-8.
27. Чижова Е.А. Особенности продвижения личного бренда на примере Оксаны Самойловой // В сборнике: Всероссийская научная конференция «Разумовские чтения». Сборник статей. Москва, 2024. С. 290-295.

СЕКЦИЯ «ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ»

ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В ПРОЦЕССЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ В ОКРУЖАЮЩЕМ МИРЕ

Журавлёва Валентина Ильинична

воспитатель высшей квалификационной категории,
МБОУ «Айдарская СОШ им. Б. Г. Кандыбина»,
Россия, Белгородская область, с. Айдар

***Аннотация.** В статье представлен опыт работы по формированию основ финансовой грамотности у детей дошкольного возраста в процессе социализации в окружающем мире. Автором представлены рекомендации, необходимые для воспитания правильного обращения с деньгами детей дошкольного возраста.*

***Ключевые слова:** экономика, дошкольники, деньги, финансовая грамотность, копилка, бюджет, банк, потребление, сбережение.*

Экономическое образование с дошкольного возраста становится важной темой в современных исследованиях. Раннее введение детей в основы экономики может помочь им развить навыки финансовой грамотности, критического мышления и понимания экономических процессов. Дети, начиная с раннего возраста, могут учиться различать основные экономические понятия, такие как деньги, обмен, потребление и сбережение. Это может происходить через игры, практические занятия и обсуждения, что помогает им осознать, как функционирует экономический мир вокруг них. Кроме того, раннее экономическое образование может способствовать развитию социальных навыков, таких как сотрудничество и принятие решений, что также крайне важно для успешной жизни в обществе. Дети рано вовлекаются в экономическую жизнь семьи, сталкиваются с деньгами, рекламой, ходят в магазин вместе с родителями, участвуют в купле-продаже и других финансово-экономических отношениях, таким образом, усваивая экономическую информацию на повседневном уровне. Неправильно и опасно полагаться на спонтанное усвоение детьми знаний об окружающей жизни, и в частности, о финансово-экономических отношениях. «Деньги», «богатство», «бедность», «реклама» и другие

финансовые категории несут в себе воспитательный потенциал, наполненный таким этическим содержанием, как честность, доброта, трудолюбие.

Логические задачи, шуточные задания оживляют путь познания сложных экономических явлений. Они сочетают в себе элементы проблемы и развлечения, вызывают умственное напряжение и приносят радость, фантазию и логику рассуждений. Решение логических задач повышает интерес ребенка к экономическим знаниям, учит его видеть жизнь, красоту мира вещей, природу за названиями и терминами. Усвоение экономического содержания осуществляется в процессе чтения художественной литературы. Чтение стихов, сказок, заучивание пословиц и поговорок воспитывает в детях лучшие нравственные качества. Многие пословицы и поговорки в обобщенном виде содержат идеи экономической целесообразности, моральных ценностей, отношения к труду. Прежде чем приступить к работе с детьми, мы познакомили родителей с задачами финансовой грамотности, подготовили ряд консультаций: «Зачем ребенку финансовая грамотность», «Роль семьи в формировании финансовой грамотности у детей». Родители активно включаются в работу по ознакомлению детей с основами финансовой грамотности.

Как же правильно знакомить ребенка с финансовой составляющей жизненных отношений? Начнем с того, что функция денег была четко объяснена на языке, понятном дошкольнику. Воспитатели дали понять, что каждый день мама и папа должны ходить на работу, чтобы в конце месяца получать зарплату, на которую их семья будет жить и тратить в течение месяца. Ребенок 6-7 лет может понять все составляющие семейного бюджета и на что он тратится. С помощью игр, рассказов, сказок, а также практических занятий (родители с детьми) дошкольников научили следующему: что такое деньги, что они собой представляют; что такое «необходимые покупки» и «желаемые покупки»; что такое карманные деньги, банковская пластиковая карта ребенка; как планировать свои расходы; меры предосторожности при использовании банковских карт. Мы разработали и реализовали вместе с детьми и родителями проект «Реклама: желания и возможности». В ходе его реализации был

изготовлен образец банковского терминала. В процессе работы мы пришли к осознанию необходимости создания лэпбука. Педагоги привлекли к его созданию своих воспитанников и их родителей: ребята вырезали открытки, конверты (используя простые шаблоны), приклеивали элементы к пособию, подбирали картинки, загадки. Информационное наполнение лэпбука по экономике может включать в себя различные блоки:

- История происхождения денег. Это будет краткая информация, обязательно сопровождаемая картинками.
- Деньги России, а также СССР (изображения современных банкнот, а также тех, которые уже вышли из употребления, можно найти в Интернете и распечатать на цветном принтере). Вы также можете положить монеты (также современные и советские).
- Валюта других государств. В подборку обязательно входят некоторые соседи России, несколько европейских стран, Китай, Япония и США. Лучше всего представить эту информацию в виде альбома: на каждой странице будет валюта страны и ее краткое описание.
- Реклама. Это краткая теоретическая информация, а также фотографии видов рекламы (на телевидении, в Интернете, уличных баннерах, на досках объявлений, листовках и т. д.).
- Банки России (мини-плакат или открытки с логотипами).
- Семейный бюджет (таблица или карточки семейных доходов и расходов).
- Дидактические игры на тему, например, «Найди купюру страны», «Услуги и товары», «Придумай рекламу», «Что можно и чего нельзя покупать», головоломки «Банкноты» и т. д.).
- Загадки на экономическую тему, пословицы о труде.
- Сказки, затрагивающие экономические понятия (труд, обмен, товары и услуги, последовательный производственный процесс и т. д.). Например, это «Золотой ключик, или приключения Буратино», «Кот в сапогах», «Лисичка со скалочкой», «Колосок», «Каша из топора», «Бобовое зернышко». Конечно,

вам не нужно приносить весь текст сказок или класть книги в ноутбук – достаточно будет узнаваемых картинок (по ним можно разговаривать с детьми).

- Рассказы для детей Питера Кошеля о финансовой грамотности (например, «Что такое деньги», «Первые деньги», «Монеты раньше и сейчас», «Что такое банк» и т. д.)

Вы можете проявить фантазию, выбрав общую форму лэпбука. Например, сделайте его в виде чемодана (футляра) с ручкой. Еще один нестандартный вариант – в виде матрешки, на которой помещена информация. Лэпбук по финансовой грамотности должен не просто украшать интерьер группы, но и активно использоваться в учебном процессе. Таким образом, пособие будет полезно на уроке финансовой грамотности (воспитатель может наглядно проиллюстрировать из него свой рассказ).

Еще одно направление – индивидуальная работа с детьми. Дидактические игры и творческие задания могут быть следующими:

- Д/и «Семейный бюджет». Ребенок составляет бюджет семьи (свой собственный или назначенный воспитателем): например, зарплата мамы и папы, стипендия старшего брата, пенсия бабушки. Затем покупки планируются в соответствии с общим доходом.

- Д/и «Знаю все профессии». Закрепляются знания детей о различных профессиях и их характерных признаках.

- Д/и «Что можно и чего нельзя купить». Дошкольник должен распределить карточки на две соответствующие группы.

- Творческое задание «Рекламирывать товар». Детям предлагаются открытки с игрушками из магазина «Детский мир». Ребенок вытаскивает одну карточку: он должен прорекламирывать эту вещь перед другими детьми или нарисовать рекламу.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что создание условий для формирования финансовой грамотности педагогом положительно влияет на успешную социализацию дошкольников, а значит, и дальнейшую успешную социализацию в обществе. Кроме того, это позволяет активизировать

познавательную активность детей, улучшить их коммуникативные качества. У детей появился интерес к людям разных профессий, они стали более бережно относиться не только к игрушкам, но и к предметам окружающей среды, творчески подходят к решению игровых задач, улучшились взаимоотношения в детском коллективе.

Литература

1. Антонова Ю.В. Обсуждаем, рассуждаем и играем: креативные задания для детей по финансовой грамотности: учебное пособие / Ю.В. Антонова. – М.: ВИТА-ПРЕСС, 2017. – 56 с.
2. Галкина Л.Н. Экономическое образование детей дошкольного возраста [Текст]: учебно-методическое пособие / Л.Н. Галкина. – Челябинск: Издательство Челяб. гос. пед. ун-та, 2015 – 89 с.
3. Смоленцева А.А. Введение в мир экономики или как мы играем в экономику: учебно-методическое пособие / А.А. Смоленцева. – СПб: Детство-Пресс, 2002 – 167 с.
4. Ульева Е.А. Откуда берутся деньги? Энциклопедия для малышей в сказках. Ростов/нД.: Феникс, 2018. – 45 с.
5. Шатова А.Д. Финансовая грамотность дошкольников: две стороны проблемы [Электронный ресурс] // Дошкольное воспитание. 2018 № 12.
6. Шатова А.Д. «Экономическое воспитание дошкольников: формирование предпосылок финансовой грамотности». Примерная парциальная образовательная программа дошкольного образования для детей 5–7 лет. – М.: 2018 – 28 с.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Пархоменко Лиана Сергеевна

учитель физкультуры, МОУ «Начальная школа п. Разумное»,
Россия, Белгородская область, п. Разумное

Зинковская Татьяна Николаевна

учитель начальных классов, МОУ «Начальная школа п. Разумное»,
Россия, Белгородская область, п. Разумное

Котягина Кристина Витальевна

учитель начальных классов, МОУ «Начальная школа п. Разумное»,
Россия, Белгородская область, п. Разумное

***Аннотация.** В статье рассматриваются особенности внедрения здоровьесберегающих технологий в начальной школе, которые играют важную роль в сохранении здоровья детей и формировании у них правильных привычек.*

***Цели и задачи:** развитие у учащихся мотивации к здоровому образу жизни; создание благоприятных условий для обучения, способствующих сохранению и укреплению здоровья; формирование навыков самоконтроля и саморегуляции функционального состояния организма; воспитание культуры здорового поведения.*

***Ключевые слова:** здоровьесберегающие технологии, начальная школа, индивидуальный подход, комплексный подход, сотруди́ческий подход, родители, безопасная среда, здоровый образ жизни, методы, сотрудничество с медицинскими учреждениями, государственная поддержка.*

Здоровьесберегающие технологии – это система мер, направленных на сохранение и укрепление здоровья учащихся. Они включают в себя комплекс мероприятий, которые помогают предотвратить развитие заболеваний и сохранить здоровье детей. В начальной школе внедрение таких технологий особенно важно, так как именно в этом возрасте формируются основы здорового образа жизни.

Особенности внедрения здоровьесберегающих технологий в начальной школе:

Индивидуальный подход. Каждый ребёнок уникален, поэтому важно учитывать его индивидуальные особенности при выборе здоровьесберегающих технологий. Например, для детей с ограниченными возможностями здоровья могут потребоваться специальные методы и приёмы:

1. **Комплексный подход.** Здоровьесберегающие технологии должны охватывать все аспекты здоровья ребёнка: физическое, психическое, социальное и духовное. Только комплексный подход может обеспечить гармоничное развитие личности.

2. **Сотрудничество с родителями.** Родители – это первые учителя ребёнка, поэтому важно вовлекать их в процесс внедрения здоровьесберегающих технологий. Родители могут помочь детям сформировать правильные привычки и поддерживать их в этом.

3. **Разнообразие методов.** Здоровьесберегающие технологии должны включать в себя разнообразные методы и приёмы, чтобы заинтересовать детей и поддерживать их мотивацию. Это могут быть игры, упражнения, беседы, тренинги и другие формы работы.

4. **Создание безопасной среды.** Школьная среда должна быть безопасной и комфортной для детей. Это включает в себя правильное освещение, мебель, соответствующую возрасту, и другие факторы, которые могут повлиять на здоровье детей.

5. **Обучение детей.** Дети должны понимать, зачем им нужны здоровьесберегающие технологии и как они могут помочь им сохранить здоровье. Обучение детей основам здорового образа жизни поможет им сформировать правильные привычки.

6. **Сотрудничество с медицинскими учреждениями.** Медицинские учреждения могут помочь школе разработать и внедрить программы по сохранению здоровья детей. Это может включать в себя проведение профилактических осмотров, лекций и других мероприятий.

7. **Мониторинг и оценка результатов.** Важно отслеживать результаты внедрения здоровьесберегающих технологий и оценивать их эффективность. Это поможет выявить проблемные области и внести необходимые изменения.

8. **Поддержка педагогов.** Педагоги – это ключевые фигуры в процессе внедрения здоровьесберегающих технологий. Они должны быть готовы к работе с детьми и знать, как применять эти технологии на практике.

9. **Поддержка государства.** Государство может оказывать поддержку школам в области здоровьесбережения, предоставляя финансирование, оборудование и другие ресурсы.

Здоровьесберегающие технологии – это важный аспект образования в начальной школе. Они помогают детям сохранить здоровье и сформировать правильные привычки, которые будут полезны им на протяжении всей жизни.

Для достижения целей, связанных с сохранением и укреплением здоровья, в рамках образовательных технологий используются различные методы и инструменты. Среди них:

- физические упражнения и двигательная активность;
- природные факторы, такие как свежий воздух и солнечный свет;
- соблюдение гигиенических норм и правил;
- формирование позитивного отношения к здоровью.

Комплексное применение этих методов позволяет эффективно решать задачи, связанные с укреплением здоровья учащихся.

К физическим упражнениям и двигательной активности относятся различные виды активности, направленные на поддержание здоровья и физической формы. Это могут быть:

- занятия спортом и физкультурой;
- активные перемены и физкультминутки;
- расслабляющие упражнения и дыхательные практики;
- гимнастика, включая оздоровительную, пальчиковую, корригирующую и дыхательную;
- лечебная физкультура;
- подвижные игры;
- специально организованная двигательная активность, включая занятия оздоровительной физкультурой и развитие двигательных навыков.

Заключение

Внедрение здоровьесберегающих технологий в начальной школе является актуальной и важной задачей, поскольку именно в этом возрасте формируется основа для будущего здоровья ребёнка. Правильное использование таких технологий способствует не только сохранению, но и укреплению физического, психологического и социального здоровья учащихся.

Одной из ключевых особенностей внедрения здоровьесберегающих технологий является их комплексный подход. Они охватывают различные аспекты школьной жизни, включая организацию учебного процесса, физическую активность, питание, психологическую поддержку и социальное взаимодействие. Такой подход позволяет создать благоприятную среду для развития ребёнка, снижая риски возникновения заболеваний и стрессовых состояний.

Ещё одной важной особенностью является необходимость учёта индивидуальных особенностей каждого ребёнка. Здоровьесберегающие технологии должны быть адаптированы к возрастным, физическим и психологическим особенностям учащихся начальной школы. Это требует от педагогов и специалистов глубокого понимания специфики детского организма и психологии.

Также стоит отметить важность сотрудничества между учителями, психологами, медицинскими работниками и родителями в процессе внедрения здоровьесберегающих технологий. Только совместными усилиями можно создать эффективную систему, направленную на сохранение и укрепление здоровья детей.

В заключение можно сказать, что внедрение здоровьесберегающих технологий в начальной школе – это длительный и непрерывный процесс, требующий тщательного планирования, координации и контроля. Однако результаты, которые он приносит, оправдывают все усилия. Здоровые дети – это будущее нашей страны, и забота об их благополучии должна быть приоритетом для всех участников образовательного процесса.

Литература

1. Безруких М.М. Здоровьесберегающая школа / М.М. Безруких. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2004. – 240 с.
2. Ковалько В.И. Здоровьесберегающие технологии в начальной школе / В.И. Ковалько. – М.: Вако, 2014. – 296 с.
3. Смирнов Н.К. Здоровьесберегающие образовательные технологии в современной школе / Н.К. Смирнов. – М.: Вако, 2002. – 128 с.
4. Чупаха И.В., Пужаева, Е.З., Соколова, И.Ю. Здоровьесберегающие технологии в образовательно-воспитательном процессе. – М.: Илекса, 2003 – 400 с.

ОТ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА В ШКОЛЕ К НОВОМУ КАЧЕСТВУ ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОГБОУ «ВАЛУЙСКАЯ СОШ № 4»)

Пчелинцева Анна Владимировна

учитель, ОГБОУ «Валуйская СОШ № 4», Россия, г. Валуйки

***Аннотация.** В статье рассказывается о капитальном ремонте, осуществленном в ОГБОУ «Валуйская СОШ № 4» и о том, как обновление образовательного учреждения повлияло на качество образования.*

***Ключевые слова:** капитальный ремонт школы, образовательная среда, социокультурный центр, дизайн интерьера школы, зонирование школьного пространства, безопасность в школе, интерактивное обучение, трансформируемое пространство.*



Рис. 1

Капитальный ремонт, осуществленный в ОГБОУ «Валуйская СОШ № 4» в 2023-2024г, стал отправной точкой для значительных перемен в образовательном процессе. Преображение школьного пространства не ограничилось лишь обновлением фасада и интерьеров; оно заложило основы для создания комфортной и вдохновляющей среды для обучения. Выбранная Модель функционирования городской школы как **Социокультурный центр** открыла нам безграничные возможности в реализации идей, связанных с дизайном и интерьером школы (логотип повторяется в интерьере на всех стендах).



Рис. 2

Наша школа в рамках сетевого взаимодействия сотрудничает с дошкольными образовательными учреждениями, школой искусств, ДЮСШ, с организациями культуры и спорта.

В разработке дизайн проекта школы принимали участие родители, педагоги, администрация школы, дети, социальные партнеры школы. Дизайн проект много раз корректировался, до тех пор, пока все вышеперечисленные не пришли к единому мнению по цветовому решению, по дизайну мебели и функционалу оборудования.

Все мы остановились на сочетании светлых тонов (светло-серые, светло-бежевые) вся гамма очень спокойная, выдержанная. Главное, что хотелось бы отметить, дизайн проект должен быть сделан до начала ремонтных работ и пройти согласование с подрядчиком и архитектурой (к сожалению, в нашем случае, дизайн проект начали согласовывать во время проведения ремонта, в связи с чем было очень много спорных вопросов).

Деятельность образовательного учреждения реализуется по восьми направлениям «Школы Минпросвещения России».

Образовательная среда

Главную роль в образовательном пространстве играет – **безопасность**. В школе приняты все меры для безопасного нахождения в ней детей. В рамках капитального ремонта были приобретены металорамки, обновлены системы пожарной и охранной сигнализации, система видеонаблюдения, турникеты и многое другое, чтобы учащиеся, а также педагоги чувствовали себя в безопасности.



Рис. 3

Современная школа – это не только место для получения знаний, но и пространства, в которых дети проводят значительную часть своего времени. Именно поэтому оформление школьных пространств играет ключевую роль в создании комфортной и стимулирующей среды для учащихся. Проведено зонирование школы, выдержаны обязательные и вариативные зоны.

Создано трансформируемое пространство, в рекреациях имеются специальные места отдыха, коворкинг (место, где дети могут обменяться литературой), многофункциональные диваны установлены специально для отдыха и общения учащихся. В фойе установлен интерактивный киоск, при помощи которого можно узнать расписание уроков, ознакомиться с нормативными документами образовательного учреждения, а также с лицензией. Все эти, и многие

другие документы загружены в электронном виде. Эта возможность предоставляется ученикам, а также родителям и другим посетителям школы.



Рис. 4

Так же образовательная среда включает в себя информационно-библиотечный центр, в котором есть возможность проведения семинаров, защиты проектов, индивидуальной и групповой работы с детьми. Библиотека оснащена интерактивной панелью, имеется магнитно-маркерная доска, МФУ и программно-аппаратный комплекс мобильная электронная библиотека. Имеются выставочные стеллажи для тематических выставок на актуальные темы.

В образовательную среду так же входит и школьная столовая, которая рассчитана на 120 посадочных мест – и это особое место в школе. Цвет для интерьера выбран в тёплых светло-жёлтых тонах, а желтый цвет, как известно, повышает аппетит. В пищеблок приобретено и установлено современное оборудование, мощные вытяжки, рециркуляторы, пароконвектоматы и многое другое оборудование. Так же в школе имеется кабинет этикета, предназначенный для реализации программ обучения, формирования у учеников навыков культурного поведения, базовыми правилами этикета за столом, культуре питания.

Здоровье

Центр укрепления и сохранения здоровья, включает в себя наличие доступной спортивной инфраструктуры для семей с детьми. На базе школы реализуются такие федеральные проекты как «Самбо в школу» «Футбол в школе», имеется ринг для занятия «Боксом».



Рис. 5

Школа имеет лицензию на организацию медицинской деятельности (процедурный кабинет, кабинет приема). Кабинет релаксации предназначена для индивидуальной и групповой работы таких специалистов как – логопед, дефектолог, психолог, социальный педагог. Кабинет психологической разгрузки укомплектован специальным оборудованием для работы с детьми ОВЗ, приобретено массажное кресло для снятия мышечных спазмов, что стало очень актуально для детей с нарушением опорно-двигательного аппарата

Знание и качество

Одним из важнейших аспектов преобразований в ОГБОУ «Валуйская СОШ № 4» стало внедрение современных технологий в учебный процесс. Приобретение интерактивных досок, мультимедийных проекторов и специализированных программ позволило сделать обучение более интересным и доступным. В рамках капитального ремонта было приобретено такое

оборудование, как «Стол Пирогова», 3D принтеры, специальные доски для кабинета черчение. В Школе в рамках проекта «Точка Роста» открыт класс Робототехники, полностью укомплектованы кабинеты технологии для девушек (это швейные машинки) и кабинет для юношей (Фрейзерные и токарные станки с программным управлением, токарный станок по дереву и металлу, сварочный тренажер), всё это позволяет расширить возможности для проектно-исследовательской деятельности, реализовывать дополнительное образование детей.



Рис. 6

Хотелось бы отметить тот момент, что выбор мебели и оборудования происходит исключительно из перечня Приказа № 804 от 6 сентября 2022 г. (Приказ об утверждении перечня оснащения одного места обучающегося указанными средствами обучения и воспитания), данный перечень переносится в инфраструктурный лист и согласовывается у учредителя.

Воспитание

Одним из главных направлений деятельности школы, является воспитание. Функционирует центр «Патриоты Отчизны», «Кадетские классы» «ЮнАрмия», «Тир», музей (в рамках патриотического воспитания). Школьный музей имеет три направления (фото символика, флаги):

- Краеведение,
- СВО,
- ВОВ.



Рис. 7

Реализуется программа «Орлята России» функционирует «Движение Первых», Центр духовного воспитания, Духовно-нравственный центр. В рамках дополнительного образования детей проводится множество мероприятий, для этого имеется и постоянно функционирует актовый зал.

Профориентация

На уровне среднего общего образования организовано профильное обучение: физико-математический, социально-гуманитарный, естественно-научный профиль. На базе социально-гуманитарного профиля созданы предпрофессиональные классы психолого-педагогической направленности, на базе естественно-научного профиля – медицинские классы, на базе физико-математического профиля – IT и технологические классы.

Организовано сетевое взаимодействие на договорной основе с Валуйским колледжем в рамках профессионального обучения по специальностям «Младшая медицинская сестра по уходу за больными», «Специалист, участвующий в организации деятельности детского коллектива (вожатый)».

На основании договора о сотрудничестве Белгородским государственным аграрным университетом ведутся занятия агроклассов, осуществляется работа агрохимической лаборатории. Сотрудники «Белагроспецмаш» принимают активное участие как партнеры школы, проводят экскурсии и занятия по тематике аграрной направленности.



Рис. 8

Творчество

В этой направленности в школе создана ИЗО-студия, приобретены мольберты, и оборудование для кабинета музыки. В актовом зале школы в рамках дополнительного образования детей работает хор, в котором участвуют не только ученики, но и учителя. Вместе со школой искусств проводятся мероприятия.

Учитель

В школе есть учительская, то место, где у учителя есть возможность отдохнуть, пообщаться с коллегами, подготовиться к урокам. Школа является ресурсным муниципальным методическим центром, на базе школы проводятся семинары, круглые столы, мастер классы, индивидуальные и групповые

консультации для повышения профессиональных компетенций педагогов и специалистов образовательных учреждений, учителя обмениваются опытом работы, посещают открытые уроки, оказывают помощь молодым учителям.

Очень важно, что наша школа создает условия для реализации творческого потенциала каждого ученика, это является залогом их успешной социализации в будущем.

Поэтому проведение капитального ремонта в школах – это не только обновление фасада и интерьеров, а также создание нового образовательного пространства, в котором каждый ребенок раскрывает свои многочисленные таланты!

ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ КОМПОНЕНТОВ САМОСОЗНАНИЯ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Ратахин Никита Витальевич

учитель географии, МБОУ «СОШ» № 4, Россия, г. Черногорск

Гузова Кристина Александровна

учитель биологии, МБОУ «СОШ» № 4, Россия, г. Черногорск

***Аннотация.** В статье рассматриваются особенности развития компонентов самосознания детей старшего дошкольного возраста.*

***Ключевые слова:** самосознание, старший дошкольный возраст, самооценка, психологическое развитие, дошкольники, методы диагностики, социальные нормы, физическое Я, эмоциональное отношение, психологическая поддержка.*

Цель исследования – выявить особенности развития компонентов самосознания детей старшего дошкольного возраста.

Исследование проводилось на базе ДОУ. В исследовании приняли участие 20 детей (10 мальчиков и 10 девочек) в возрасте 5–7 лет.

Для исследования компонентов самосознания дошкольников использовались следующие методики:

1. Методика «Физическое Я» (Н. Л. Белопольская);
2. Методика «Лесенка» (С. Г. Якобсон, В. Т. Щур).;
3. Методика «Вопросы» (Г. А. Урунтаева).

Характеристика методик

1. Методика «Физическое Я» позволяет охарактеризовать умение описывать свой внешний облик при его наглядном восприятии, знание о функциональном назначении основных частей тела, наличие идентификации с полом, понимание постоянства половой принадлежности, возможность выразить вербально эмоциональное отношение к своему облику.

Ребенка просят посмотреть в зеркало и задают вопросы:

- Ты мальчик или девочка?
- А ты всегда был (а) мальчиком (девочкой)?

- Зачем тебе нужны руки? Что умеют делать ноги (глаза, рот, уши, голова)?

- Покажи (расскажи), что есть на лице у тебя (глядя в зеркало).

- Расскажи, какой ты.

2. Методика «Лесенка» (С. Г. Якобсон, В. Т. Щур) направлена на изучение самооценки детей.

Материал: графические схематические и семиступенчатой лесенки.

Инструкция ребенку: Посмотри на лестницу. Если всех детей рассадить на этой лестнице, то на трех верхних ступеньках окажутся добрые дети (эти дети...), показ: «добрые», «очень добрые», «самые добрые». А на трех нижних ступеньках окажутся злые дети – чем ниже, тем хуже (эти дети...). На средней ступеньке дети не добрые и не злые (эти дети...). Покажи, на какую ступеньку ты поставишь себя. Объясни, почему.

3. Методика «Вопросы» (Г. А. Урунтаева) позволяет установить знание простых социальных норм, оценить возможность ребенка встать на позицию другого человека.

Оборудование: картинки с изображением ситуаций, соответствующих задаваемым вопросам. Вопросы:

1. Можно ли смеяться, если твой товарищ упал? Почему?
2. Можно ли обижать животных? Почему?
3. Нужно ли делиться игрушками с другими детьми? Почему?
4. Если ты сломал игрушку, а воспитатель подумал на другого ребенка, нужно ли сказать, что ты виноват? Почему?
5. Можно ли шуметь, когда другие отдыхают? Почему?
6. Можно ли драться, если другой ребенок отобрал у тебя игрушку? Почему?

Методы обработки данных предполагали использование математико-статистического анализа. Математико-статистическая обработка данных проводилась с использованием статистического пакета программы SPSS 26.0. Вычислялись:

1. Среднее арифметическое (M) – мера центральной тенденции, отражающее наиболее ожидаемое значение из ряда.

2. Стандартное отклонение (σ) – показатель нормального распределения, являющийся стандартизированным средним арифметическим отклонением каждого значения из ряда от среднего.

3. Для сравнительного анализа использовался U-критерий Манна – Уитни, который предназначен для оценки различий между двумя выборками по уровню какого-либо признака, количественно измеренного. Этот метод определяет, достаточно ли мала зона перекрещивающихся значений между двумя рядами.

Методы математико-статической обработки данных позволяют более качественно представить результаты эмпирического исследования.

Выделим несколько направлений работы психолога по развитию самосознания дошкольников: работа с детьми, работа с родителями, работа с педагогами.

В работу с детьми будет включаться:

1. Развитие адекватной самооценки и осознание своих личностных качеств.
2. Развитие самоконтроля детей.
3. Развитие адекватной реакции на успех и неуспех.
4. Развитие адекватного уровня притязаний.
5. Развитие умения объяснять свои самооценочные суждения.
6. Развитие осознания детьми своего места в системе общественных отношений.

В работу с родителями будет включаться:

1. Просветительская работа с родителями по формированию представлений об особенностях детей (возрастных и индивидуальных), адекватной самооценке ребенка.

2. Консультативная работа с родителями по снижению чрезмерной связи самооценки ребенка от мнения родителей.

Литература

1. Акопян Л.С. Психология эмоциональных состояний и их регуляция у детей младшего школьного возраста: на материале детских страхов): автореф. дисс... д-ра психол. наук: 19.00.07 / Л.С. Акопян; Повол. гос. социал-гуман. акад. – Самара, 2011. – 53 с.
2. Асмолов А.Г. Формирование универсальных учебных действий в основной школе: действия к мысли / А.Г. Асмолов, Г.В. Бурленская, И.А. Володарская и др. // Система заданий: пособие для учителя. М.: Просвещение, 2010. – 211 с.
3. Бадамен Л.О. Эмоции и характер детей // Дошкольное воспитание. – 2012. – № 1. – С 27-35.
4. Битянова М.Р. Практикум по психологическим играм с детьми и подростками / М.Р. Битянова; – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 304 с.
5. Божович Л.И. Личность и ее формирование в детском возрасте / Л.И. Божович; – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 464 с.
6. Боровкова А.С. Особенности эмоционально-волевой сферы учащихся начальной школы / А.С. Боровкова // Международный журнал экспериментального образования. – 2016. – С. 128-131.
7. Валеев А.Р. Об особенностях развития эмоционально-волевой сферы // Дошкольное воспитание. – 2007 – № 12. – С. 14-19.
8. Вайнер М.Э. Эмоциональное развитие детей: возрастные особенности, диагностика и критерии оценки// Коррекционно-развивающее образование. –2008. – № 4. – С. 63-73.

ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ДОШКОЛЬНИКОВ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И МУЗЫКИ

Серкина Дарья Павловна

воспитатель, МБДОУ «Новоалександровский детский сад»,
Россия, Белгородская область, с. Новоалександровка

Стрижикозина Елена Николаевна

воспитатель, МЮДОУ детский сад «Березка»,
Россия, Белгородская область, с. Нагольное

Титовская Жанна Сергеевна

воспитатель, МБОУ «Ясеновская СОШ» – Структурное подразделение
«Детский сад», Россия, Белгородская область, с. Ясены

***Аннотация.** В статье затронуты вопросы тесной взаимосвязи физического воспитания с воспитанием патриотических чувств у ребенка дошкольного возраста. Особая роль в работе по данному направлению отводится организации совместных с родителями музыкально-физкультурных праздников.*

***Ключевые слова:** патриотическое воспитание, физическая культура, нравственные качества, музыкальное сопровождение.*

Создание воспитывающей среды в организациях и учреждениях системы дошкольного образования является приоритетной политикой государства в сфере образования. Грамотно выстроенный педагогический процесс в образовательном учреждении способствует социальному, нравственному, эстетическому, интеллектуальному, физическому развитию ребенка.

Проблеме формирования патриотических чувств у детей дошкольного возраста уделяется повышенное внимание. Проведенный анализ научно-методической литературы позволил выявить, что наиболее благоприятная среда для реализации основ патриотического воспитания у детей дошкольного возраста создается в процессе систематических физкультурных занятий, спортивных праздников, подвижных игр, досугов. Чем объемней методическая база педагога, тем эффективней строится процесс формирования личности ребенка, посредством использования различных форм и методов.

В нормативно-правовых документах, регламентирующих деятельность образовательных учреждений, представлены основные участники: дети, их родители, педагогические работники.

Исходя из практического многолетнего опыта можно сделать заключение, что только совместно организованные, с участием детей, родителей и педагогов, спортивные праздники, развлечения, досуговые мероприятия несут в себе сильный воспитательный эффект.

Совместная деятельность ребенка, родителей и педагогов, способствует усилению педагогического воздействия на процесс формирования социокультурной среды, с учетом особенностей развития детей дошкольного возраста.

В ходе проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий тематической направленности повышается не только уровень интеллектуального компонента физкультурного образования ребенка, но и формируются социально значимые нравственные качества, которые способствуют становлению гражданственности. У ребенка возникают тесные синергетические связи: Я гражданин великой страны, культура моей Родины уникальна.

При организации и проведении различных форм физического воспитания рекомендуется использовать музыкальное сопровождение. Не секрет, что музыка способна творить чудеса: снять накопившую усталость, повысить умственную и физическую работоспособность. Музыка вдохновляет, заставляет человека смеяться, радоваться, печалиться, плакать, думать. Музыка никого не оставит равнодушным.

Исходя из вышеизложенного, следует, что использование музыкального сопровождения является неотъемлемой частью всех мероприятий физкультурно-оздоровительной направленности с детьми дошкольного возраста. Использование музыки в ходе проведения мероприятий способствует формированию положительной мотивации, получению удовольствия от выполняемых двигательных действий, повышению интереса к систематическим занятиям физкультурно-спортивной деятельностью.

Таким образом, эффективность процесса патриотического воспитания в дошкольном образовательном учреждении зависит от следующих факторов: привлечение к активному участию в тематических мероприятиях родителей;

использование музыкального сопровождения тематической направленности;
использование инновационных средств, методов, методик, направленных на
формирование физической культуры личности ребенка.

Литература

1. Глазырина Н.В. Формирование интеллектуального и мотивационного компонентов физкультурно-спортивной деятельности у учащихся 5–9 классов общеобразовательных школ: дис. канд. пед. наук: 13.00.04: Краснодар, 2003. – 153 с. РГБ ОД, 61:03-13/2397-4.
2. Мещерякова С.В. Патриотизм в физическом воспитании дошкольников // Молодой ученый. – 2016. – № 3. – С. 886-888.

**НРАВСТВЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ
ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА
В РАМКАХ РАБОТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ПЛОЩАДКИ
«В ГОСТЯХ У МАТРЁШКИ – ГОВОРим О РОССИИ»**

Скочко Елена Викторовна
музыкальный руководитель,
МБДОУ «Новоалександровский детский сад»,
Россия, Белгородская область, с. Новоалександровка

Клименко Наталья Александровна
воспитатель, МБДОУ «Ровеньский детский сад № 3 комбинированного
вида», Россия, Белгородская область, п. Ровеньки

Иньякова Надежда Петровна
воспитатель, МБДОУ «Ровеньский детский сад № 3 комбинированного
вида», Россия, Белгородская область, п. Ровеньки

Титовская Жанна Сергеевна
воспитатель, МБОУ «Ясеновская СОШ, Ровеньского района» – Структурное
подразделение «Детский сад», Россия, Белгородская область, с. Ясены

***Аннотация.** Воспитание нравственно-патриотических чувств является одной из задач, стоящих перед дошкольными учреждениями в современном мире.*

***Ключевые слова:** нравственно-патриотическое воспитание, инновационная деятельность, Матрешка.*

Чтобы воспитать у ребенка любовь к Родине, нужно начинать воспитывать любовь к самому близкому – к родному дому и детскому саду – ведь это основа из основ нравственно-патриотического воспитания, его первая и важная ступень. Дошкольник, прежде всего, должен осознать себя членом семьи, неотъемлемой частью своей малой родины, потом гражданином России, и только потом – жителем планеты Земля. Дети должны знать традиции родного края, традиции своей семьи, народные игры и игрушки.

Поэтому необходимо создать условия для формирования у детей эмоционально насыщенного образа родного дома, детского сада, родного района, города и страны. Дети должны научиться не только брать, но и отдавать: заботиться о близких с детства, быть внимательными друг к другу, сострадать, помогать словом и делом.

В рамках реализации инновационной площадки «В гостях у Матрёшки – говорим о России», мы ставим задачи:

- формировать у воспитанников духовно-нравственные отношения и чувства к детскому саду и близкому окружению;
- создать благополучную атмосферу в детском саду, где взаимоотношения между людьми (взрослыми и детьми) построены на основе доброжелательности и взаимоуважении, где ребенок будет чувствовать себя желанным и защищенным;
- побуждать детей к выполнению общественно значимых заданий, к добрым делам для семьи, родного дома, детского сада;
- способствовать активному вовлечению родителей в совместную деятельность с ребенком в условиях семьи и детского сада;
- воспитывать интерес и любовь к народному творчеству и народным традициям. Целенаправленное ознакомление детей с русской игрушкой матрешкой – это одна из частей формирования у детей патриотизма. Расширить представления о разнообразии этой игрушки, дать о ней некоторые доступные для ребенка исторические сведения.

Для решения этих задач в нашем саду реализуются различные познавательно-творческие проекты. Проводятся виртуальные экскурсии и досуговые мероприятия, в которых непременно принимает участие такой персонаж как Матрешка.

Наши воспитанники настолько вдохновились и полюбили Матрешку, что путешествуют с ней: по детскому саду, по району и городу.

Недавно прошло мероприятие «Песочная фантазия», где дети предложили изобразить карту путешествий с Матрешкой по району. Педагоги совместно с воспитанниками и их родителями осуществили эту идею и построили барельеф «Матрешкины дорожки».

На День защиты детей – 1 июня прошел познавательно-развлекательный квест для воспитанников в детском саду, где Матрешка встречала детей на спортивной станции и проводила эстафеты.

6 июня в детском саду прошло интерактивное мероприятие, посвященное творчеству А. С. Пушкина, в котором Матрешка путешествовала с детьми по сказкам.

Решить задачи патриотического воспитания коллективу детского сада помогает Матрешка, которая воспитывает в детях бережное, благожелательное отношение к своей необъятной Родине, начиная с интереса и уважения к семье и детскому саду. Матрешка, которую дети ласково называют Катюша, растет вместе с ними, путешествуя по стране.

Педагогический коллектив детского сада, реализуя программу «В гостях у Матрёшки – говорим о России» вовлекает родителей в образовательную деятельность. В работе с семьями воспитанников по патриотическому воспитанию широко используются такие формы, как экскурсии, маршруты выходного дня, прогулки, так как узнать и полюбить Родину невозможно только по иллюстрациям и рассказам. Слова из песни авторов И. Дунаевского, В. Лебедева-Кумач «Широка страна моя родная» стали лозунгом детского сада и перспективным направлением по патриотическому воспитанию дошкольников.

Литература

1. Леонова Н.Н. Знакомство детей с народным декоративно-прикладным искусством. Русская матрешка: учебно-методическое пособие. – СПб.: ООО «Издательство «ДЕСТВО-ПРЕСС», 2014. – 176 с.
2. Матова В.Н. Краеведение в детском саду. – СПб.: ООО «Издательство «ДЕСТВО-ПРЕСС», 2014. – 176 с.
3. Нравственно-патриотическое воспитание детей дошкольного возраста. Планирование и конспекты занятий. Методическое пособие для педагогов. – СПб.: «ООО ИЗДАТЕЛЬСТВО «ДЕТСТВО-ПРЕСС», 2018. – 192 с.
4. Примерная образовательная программа дошкольного образования «Детство» / Т.И. Бабаева, А.Г. Гогоберидзе, О.В. Солнцева, – СПб.: ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО «ДЕТСТВО – ПРЕСС», 2014.

НАСТАВНИЧЕСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ АДАПТАЦИИ НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЕ

Майорская Даниела

магистрантка, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Россия, г. Москва

***Аннотация.** Статья посвящена использованию наставничества в качестве инструмента адаптации в системе государственной гражданской службы. В ней рассматриваются цели адаптации государственных служащих, а также распределение функций по адаптации между наставником и кадровой службой органа государственной власти. Освещены нормативно-правовые основы реализации механизма наставничества на государственной службе, а также приведены цели и принципы этого подхода.*

***Ключевые слова:** цели и задачи адаптации государственных гражданских служащих, наставничество, внедрение наставничества в системе государственной службы, реализация наставничества на государственной гражданской службе, этика государственного гражданского служащего.*

Введение

В контексте стратегической цели государственной кадровой политики обсуждается важность создания и развития кадрового потенциала. Основные цели, задачи и механизмы государственной кадровой политики отражаются в концепции, которая направлена на совершенствование и развитие кадрового потенциала органов государственной власти и местного самоуправления. Ключевая идея заключается в приведении этого потенциала в соответствие с требованиями действующего законодательства и характером решаемых задач.

Федеральным законом от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» предусмотрено использование современных кадровых технологий для повышения эффективности профессиональной деятельности гражданских служащих. Это достигается через увеличение их мотивации, планирование служебной карьеры, а также создание условий для стабильной и эффективной службы [1].

В соответствии с Указом Президента РФ № 601 от 07.05.2012 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» предусматривается внедрение процедур адаптации персонала на уровне

органов исполнительной власти. Особое внимание уделяется наставничеству для государственных гражданских служащих, только что принятых на службу [2].

В данной статье наставничество будет рассмотрено в качестве технологии адаптации государственных гражданских служащих, как часть кадровой работы с целью привлечения и удержания молодых специалистов, а также активного включения государственного служащего в изменяющуюся профессиональную среду, особенно в условиях ротации, повышения или понижения по должности.

Основная часть

Профессиональная адаптация представляет собой процесс овладения сотрудником системой профессиональных знаний и навыков, необходимых для эффективной работы [7, с. 206].

Целью адаптации государственных гражданских служащих является быстрое вхождение в служебную деятельность и удержание новых сотрудников в органах исполнительной власти.

Задачи адаптационных мероприятий включают в себя следующее:

1. Повышение профессиональной и организационной компетентности государственных гражданских служащих.
2. Обеспечение стабильного кадрового баланса в органах исполнительной государственной власти путем притока, удержания и правильного размещения кадров, соответствующих требуемой квалификации.
3. Снижение стартовых издержек за счет обеспечения новых назначенных служащих необходимой ориентации в специфике служебной деятельности государственной гражданской службы, что позволит повысить эффективность их профессиональной деятельности.
4. Поддержка позитивного восприятия служебной деятельности и лояльности к государственной гражданской службе среди новых государственных служащих является важным аспектом их успешной адаптации [9, с. 61].

Наставничество играет ключевую роль в этом процессе, представляя

собой сотрудничество более опытного коллеги с новичком для передачи знаний, навыков и ценностей организации. Этот инструмент включает в себя: индивидуальное обучение, консультации и поддержку, способствуя успешной адаптации и развитию новых сотрудников.

В контексте наставничества на государственной гражданской службе важна передача опытными государственными гражданскими служащими не только профессиональных компетенции, но также и ценностей, принципов и этических стандартов.

Сейчас наставничество активно внедряется как инструмент кадрового развития и адаптации сотрудников, в том числе в органах государственной власти. Нормативно-правовая база разработана для регулирования внедрения и практического использования этого подхода в отношении государственных гражданских служащих.

Указ Президента РФ № 601 от 07.05.2012 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» определил внедрение наставничества, наряду со многими другими мерами, в качестве нового принципа кадровой политики в системе государственной гражданской службы [2].

Указом Президента РФ от 21.02.2019 № 68 «О профессиональном развитии государственных гражданских служащих Российской Федерации» определяется порядок осуществления профессионального развития федеральных государственных гражданских служащих и государственных гражданских служащих субъектов Российской Федерации и порядок создания условий для профессионального развития гражданского служащего, участвующего в мероприятиях по профессиональному развитию. В целях формирования у молодых гражданских служащих профессиональных знаний и умений, надлежащего исполнения ими должностных обязанностей, ознакомления с особенностями прохождения государственной гражданской службы Российской Федерации в соответствующем государственном органе осуществляется наставничество [3].

Постановлением Правительства РФ от 07.10.2019 № 1296 «Об утверждении Положения о наставничестве на государственной гражданской службе Российской Федерации» определяется порядок осуществления наставничества на государственной гражданской службе Российской Федерации и условия стимулирования государственных гражданских служащих Российской Федерации, осуществляющих наставничество, с учетом оценки результативности их деятельности [4].

Подготовлено Письмо Минтруда России от 28.05.2020 № 18-4/10/П-4994 «О Методическом инструментарии по осуществлению наставничества на государственной гражданской службе Российской Федерации (версия 2.0)» в целях методологического обеспечения деятельности кадровых служб государственных органов по реализации наставничества на государственной гражданской службе Российской Федерации [5].

Так, Методический инструментарий определяет цели наставничества, включая помощь государственным гражданским служащим в их профессиональном развитии, приобретении профессиональных знаний и навыков, адаптации в коллективе, а также формировании дисциплинированности.

В Методическом инструментарии также указаны категории гражданских служащих, к которым применяется наставничество, образцы необходимых локальных документов и методических материалов для внедрения наставничества, включая адаптационные мероприятия [5].

Рассмотрим практическую реализацию механизма наставничества. Функции наставника могут выполнять:

- Непосредственный начальник нового сотрудника. Параллельно с профессиональной деятельностью руководитель посвящает подопечного в элементы корпоративной культуры, обеспечивая адаптацию новых сотрудников, особенно в органах исполнительной власти с небольшим числом сотрудников в структурных подразделениях (до 30 человек). В таком случае наставник может уделить должное внимание подопечному.
- В органах исполнительной власти, особенно в крупных по

численности (свыше 50 человек), роль наставника может возлагаться на специалиста кадровой службы. Проведение регулярных встреч с новым сотрудником под руководством такого специалиста может оказаться очень эффективным. Ведь помимо передачи профессиональной информации, работник также получает дополнительное внимание, подтверждая тем самым свою важность для организации. Это является отличным стимулом для формирования лояльности со стороны сотрудника к учреждению.

- Другим источником поддержки для новичка может стать его коллега. Опытный сотрудник поможет раскрыть тонкости и особенности служебной деятельности в органе исполнительной власти, а также поможет быстрее включиться в работу и адаптироваться в коллективе.

Для обеспечения четкости организации адаптации вновь назначенных на должность государственных гражданских служащих и координации работы наставника, специалиста кадровой службы ниже представлен возможный вариант разграничения обязанностей [8, с. 17].

Руководитель органа исполнительной власти осуществляет контроль над основными этапами процесса адаптации.

Специалист по кадровой работе организует и проводит функциональные мероприятия (инструктаж, оформление документов и т. д.), координирует мероприятия по адаптации, собирает и хранит информационные материалы о приеме и испытательном сроке служащего, оценивает степень адаптации сотрудника, а также участвует в аттестационной комиссии. Кроме того, в течение испытательного срока проводит встречи с новыми сотрудниками для дополнительного информирования.

Руководитель сотрудника-новичка проводит подготовку рабочего места, определяет цели и задачи на испытательный срок, разъясняет планируемые мероприятия и назначает наставника из числа опытных специалистов подразделения. Он также определяет обязанности и ответственность, рассказывает о требованиях к качеству выполняемой работы и участвует в работе конкурсной и аттестационной комиссий.

Наставник осведомляет о возможных трудностях и частых ошибках, оказывает помощь в знакомстве с коллегами, предоставляет информацию о корпоративной культуре, демонстрирует алгоритмы работы и последовательность действий на рабочем месте.

Для создания позитивной мотивации и укрепления лояльности опытных сотрудников к наставничеству со стороны руководителей органов исполнительной власти рекомендуется внести соответствующие изменения в должностные инструкции руководящего и высшего звена, чтобы включить обязанность проведения наставничества для новых государственных гражданских служащих, только что принятых на службу [8, с. 16].

Руководителям структурных подразделений рекомендуется учитывать работу и результаты наставника при проведении конкурса на замещение вакантной должности гражданской службы или его включении в кадровый резерв, а также оценке профессиональной служебной деятельности при проведении аттестации, квалификационного экзамена либо поощрении гражданского служащего.

Один из сложных и обсуждаемых вопросов – это определение критериев оценки работы наставника. В качестве таких критериев могут быть рассмотрены: успешное прохождение испытательного срока новым сотрудником; выполнение обязанностей, указанных в Положении о наставничестве, в соответствующем объеме и соблюдение сроков; результаты тестирования/квалификационного экзамена государственных гражданских служащих, недавно принятых на государственную гражданскую службу до 3 лет [5].

Все указанные аспекты наставничества как средства адаптации государственных гражданских служащих должны быть зафиксированы в Положении о наставничестве, утвержденном руководителем государственного органа власти, который будет действовать в организации, и подробно регулировать вопросы взаимодействия государственных гражданских служащих, только что принятых на государственную гражданскую службу, и их наставников.

Положение о наставничестве в государственном органе – это ключевой

организационный документ, который определяет основы внедрения системы наставничества. В нем четко прописаны формы и методы наставничества, а также определены права, обязанности и ответственность всех участников этого процесса. Для эффективной адаптации новых сотрудников могут применяться различные инструменты, включая памятки, организацию экскурсий по органу власти, проведение презентаций и обучающих семинаров как для наставников, так и для новичков [9, с. 69].

Таким образом, наставничество представляет собой целенаправленную деятельность руководителей структурных подразделений и высококвалифицированных гражданских служащих органа государственной власти по оказанию практической помощи в профессиональном становлении гражданского служащего, назначенного на соответствующую должность государственной гражданской службы в соответствующем органе власти.

Однако, наставничество необходимо рассматривать как инструмент комплексной адаптации государственного гражданского служащего. Помимо содействия формированию у вновь принятых на службу государственных гражданских служащих профессиональных знаний и умений наставничество способствует выявлению специфики функций и полномочий органа государственной власти, транслирует культурные ценности организации и этические нормы государственной гражданской службы.

Для формирования позитивного образа государственного гражданского служащего наставника в процессе адаптации новых сотрудников необходимо наряду с передачей профессиональных навыков уделять должное внимание вопросам этики государственной службы, культурных и ценностных ориентиров органа государственной власти.

Литература

1. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации». – СПС КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/.
2. Указ Президента РФ № 601 от 07.05.2012 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» – Российская газета. Столичный выпуск. – 2012. – 9 мая (№ 5775).

3. Указ Президента РФ от 21.02.2019 № 68 «О профессиональном развитии государственных гражданских служащих Российской Федерации». – СПС КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_318654/.
4. Постановление Правительства РФ от 07.10.2019 № 1296 «Об утверждении Положения о наставничестве на государственной гражданской службе Российской Федерации». – СПС КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_335180/.
5. Письмо Минтруда России от 28.05.2020 № 18-4/10/П-4994 «О Методическом инструментарии по осуществлению наставничества на государственной гражданской службе Российской Федерации (версия 2.0)». – СПС КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_353980/c37f3b1717f6a760d7fd46765c2b66be3e96a383/.
6. Баранова Т. Ключевые моменты в адаптации персонала // Справочник по управлению персоналом. – 2019. – № 4. – С. 32-35.
7. Виноградов А.Э. Анализ социологических концепций института наставничества // Управленческое консультирование. 2024. № 3. С. 197-208.
8. Пешкова Д.М. К вопросу об адаптации персонала в современных условиях // Современные научные исследования и инновации. – 2020. – № 10. – С. 16-18.
9. Пономаренко Б.Т. Кадровая стратегия: развитие человеческих ресурсов // Традиции и инновации в государственном и муниципальном управлении: человек и государство – новая реальность. Сб. статей и материалов XI Международной научно-практической конференции: в 3 т. Т. 1. Брянск: Изд-во Брянского филиала РАНХиГС, 2017. – С. 59-70.

Подписано в печать 16.03.2025. Гарнитура Times New Roman.
Формат 60×84/16. Усл. п. л. 5,54. Тираж 500 экз. Заказ № 28
ООО «ЭПИЦЕНТР»
308010, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135, офис 40
ООО «АПНИ», 308023, г. Белгород, пр-кт Богдана Хмельницкого, 135