

12+

**№4 (30) 2024 г.
ISSN: 2713-1408**

**СЕТЕВОЕ ИЗДАНИЕ
«НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ XXI ВЕКА»**



ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ

«**НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ XXI ВЕКА**» – сетевое издание.

Регистрационный номер: **ЭЛ №ФС77-76705**

Зарегистрировавший орган: Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

ISSN: **2713-1408**

Сетевое издание выпускается с 2019 года.

Дата выпуска №4 (30) – 28.08.2024 г.

Материалы сетевого издания постатейно размещаются в наукометрической базе НЭБ eLibrary согласно лицензионному договору №469-11/2019 от 21.11.2019.

Редакция сетевого издания «**НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ XXI ВЕКА**»

Электронная почта: vostretsow@yandex.ru

Сайт: <http://scientific-research.ru>

Контактный телефон: 8-987-606-99-76

Главный редактор – Вострецов Александр Ильич

Учредитель и издатель сетевого издания: Индивидуальный предприниматель Вострецов Александр Ильич

Адрес издательства: 452684 Республика Башкортостан г. Нефтекамск ул. Дорожная 15 / 294.

Тираж и распространение: с использованием сети интернет.

Периодичность: 6 раз в год (1 раз в 2 месяца).

Максимальный объем сетевого издания: 100 Мб / один номер.

Территория распространения: на всей территории Российской Федерации и за ее пределами.

Тематика сетевого издания: научно-образовательные статьи в рамках следующих тематических отраслей: физика и математика, химия, биология, техника, сельское хозяйство, история и археология, экономика, философия, филология, юриспруденция, педагогика, медицина, искусствоведение, психология, социология, политология, культурология, науки о Земле.

Авторские права: все права на любые материалы, опубликованные на сайте, защищены в соответствии с российским и международным законодательством об авторском праве и смежных правах. Использование любых материалов, размещенных на сайте, допускается только с разрешения правообладателя и ссылкой на сайт <http://scientific-research.ru>. При частичной перепечатке текстовых материалов в интернете с разрешения издательства гиперссылка на <http://scientific-research.ru> обязательна.

Публикуемые статьи рецензируются и проверяются системой АНТИПЛАГИАТ на наличие заимствований и цитирований. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. Ответственность за достоверность изложенной в статьях информации несут авторы.

© Авторы статей, 2024

© Редакция сетевого издания «**НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ XXI ВЕКА**», 2024

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

1. ВОСТРЕЦОВ АЛЕКСАНДР ИЛЬИЧ – главный редактор, учредитель сетевого издания.

2. АХМЕТОВА ТАТЬЯНА АЛИМЖАНОВНА

ученая степень, звание, должность, основное место работы: кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой казахского языка, Северо-Казахстанский государственный университет имени академика М. Козыбаева, Институт языка и литературы.

город, страна: Петропавловск, Казахстан

3. КАДОЧНИКОВА ВАЛЕРИЯ ПЕТРОВНА

ученая степень, звание, должность, основное место работы: кандидат экономических наук, координатор проекта АНО «Синяя птица».

город, страна: Краснодар, Российская Федерация

4. НАЗАРЕНКО НАТАЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА

ученая степень, звание, должность, основное место работы: кандидат юридических наук, доцент кафедры финансового и административного права Ростовского государственного экономического университета, доцент кафедры предпринимательского права, гражданского и арбитражного процесса Всероссийского государственного университета юстиции (Ростовский филиал).

город, страна: Ростов-на-Дону, Российская Федерация

5. НАЛЬГИЕВА ХАНИФА ЛЯЧИЕВНА

ученая степень, звание, должность, основное место работы: кандидат социологических наук, доцент, Ингушский государственный университет, Чеченский государственный педагогический университет.

город, страна: Магас и Грозный, Российская Федерация

6. ЧИКОВА ИРИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА

ученая степень, звание, должность, основное место работы: кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики, ведущий научный сотрудник, Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ.

город, страна: Орск, Российская Федерация

7. ШЕВЧУК ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА

ученая степень, звание, должность, основное место работы: кандидат технических наук, доцент, директор департамента образования Сибирского государственного университета геосистем и технологий.

город, страна: Новосибирск, Российская Федерация

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ И АРХЕОЛОГИЯ

- Ф.Б. Алиева, Г.Г. Гулиева** Политическое устройство и система управления в государстве Сефевидов 5
- Г.Г. Гулиева, Д.Х. Гасанова** Социально-экономическая жизнь Азербайджана в XVI веке 8

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

- D.A. Smolyakov, D.S. Kuzvisova** Transformation of companies' marketing strategies under the influence of digitalisation 12
- В.П. Харьков** Искусственный интеллект и технология ООП при решении задач торговли 16

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

- В.А. Ежелева** Формирование навыка владения черно-графитным карандашом в первом классе ДХШ, ДШИ 21

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

- А.Н. Политова** Постановка цели и формирование навыка целеполагания у подростков 25

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

- Д.А. Рябова** Молодежная политика как фактор развития региона (на примере Краснодарского края) 30

УДК 94

*Ф.Б. Алиева,
старший преподаватель,
Г.Г. Гулиева,
преподаватель,
Азербайджанский государственный
аграрный университет,
г. Гянджа, Азербайджан*

ПОЛИТИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО И СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ В ГОСУДАРСТВЕ СЕФЕВИДОВ

Аннотация: данная статья посвящена политическому устройству и системе управления в государстве Сефевидов, которые основывались на фундаменте традиций государственности периода Гарагоюнлу и Аггоюнлу. Наряду с неограниченной и наследственной властью шаха имелся центральный бюрократический аппарат, имевший своих представителей во всех провинциях империи. Сефевидские шахы, будучи наследственными главами Ардебильского дервишского ордена, оставляли за собой и духовную власть. Имелся Высший меджлис государства, который играл лишь совещательную роль.

Ключевые слова: государство, система управления, чиновники, шах.

При Шахе Тахмасибе высший меджлис состоял из 12 членов и включал в свой состав сыновей шаха, его ближайших советников, влиятельных представителей кызылбашской знати и гражданской бюрократии. Высший меджлис собирался по желанию шаха для решения важнейших государственных вопросов, после обсуждения которых шах принимал к сведению предложения государственных деятелей.

Территория государства Сефевидов делилась на области дивана и хассэ, то есть земли государственные и земли, принадлежавшие семье и правящей династии. Эти земли назывались соответственно дивани-мамалик и дивани-хассэ. Землями хассэ управлял специально назначенный везир, в него входили наследственные владения сефевидских шейхов в Ардебиле, также земли и поместья в Исфахане, Фарсе, Герате и приобретенные при шахе Аббасе I в Мазендаране. В государственном управлении после шаха основное место занимал главный везир. Главный везир и иногда некоторые другие высшие государственные чиновники как дополнительный пост получали титул доверенного лица, советника (векил). [2]

Везир с титулом векиля являлся полномочным лицом при решении государственных вопросов религиозного и светского характера. При Сефевидях первым векилом стал ближайший сподвижник и воспитатель Исмаила I Гусейн бек Шамлу. Впоследствии эта должность стала причиной распрей среди

кызылбашской военной знати – при малолетнем шахе Тахмасибе I им поочередно были Див Султан Румлу, Чуха Султан Текели, Гусейн хан Шамлу. Достигший совершеннолетия и укрепившись на троне, Тахмасиб позже фактически ликвидировал эту должность. С самого начала правления шаха Аббаса I полномочия главного везира были расширены. Гражданскими и финансовыми учреждениями областей и округов государства также руководил везир. Отличительной чертой сформировавшейся системы управления был взаимный контроль чиновников, поэтому шах обладал достаточными и достоверными сведениями о деятельности всех чиновников, начиная с главного везира и до представителей в областях и городах. Назир (мюнши-катиб), находившийся в подчинении главного везира, назначался шахом, но он фактически являлся не только секретарем главного везира, но имел возможность докладывать самому шаху о возникших проблемах. Официальные документы утверждал сам главный везир. Без его печати документы о назначении чиновников на высокие должности, о выдаче титулов и сойургалов считались недействительными. [1]

В сферу его деятельности входили вопросы о государственных доходах и расходах, прием иностранных гостей и дипломатов, организация их встреч с самим шахом, положение в провинциях. При дворе шаха имелся мюнши шаха, являвшийся главой государственной канцелярии. В его обязанности входило писать письма, приказы и фирманы шаха, ведение учета государственных доходов и долгов. Под его началом работали 40 писцов (катибов). Мюнши также ежедневно записывал происходившие события, а затем составлял летопись основных событий при данном правителе. В управлении Сефевидского государства большая роль принадлежала шиитскому духовенству. Высшим духовным учреждением руководил садр. Садр должен был хорошо знать шариат и гражданские законы, ибо в зависимости от его мнения выносились решения от имени главы государства. [4] Садр выносил решения также по имущественным вопросам, через назначенных им духовных лиц наблюдал за исполнением законов шариата, управлял вакфами, назначал имамов мечетей. Провинции, на которые делилась Сефевидская империя, управлялись наместниками беглярбегами, назначаемыми шахом в основном из числа кызылбашской военной знати. Как правило, им присваивался титул эмир или хан, в системе государственного управления они являлись важнейшим звеном. Своим положением и имуществом они были обязаны шаху, поэтому должны были верой и правдой служить ему, но в действительности при ущемлении своих прав они часто поднимали мятежи.

В документах шахского дивана от 1576 г. в списках числится 114 эмиров. Должность беглярбега считалась военно-гражданской. Беглярбег занимался не только гражданским управлением, но и руководил феодальным ополчением области. Бывало и так, что беглярбег какой-нибудь крупной провинции назначался главнокомандующим войск всего Сефевидского государства. Должность беглярбега носила наследственный характер в пределах одного рода какого-либо из кызылбашских племен.

В беглярбегствах важное место после беглярбега занимал везир области.

Он занимался финансовыми делами, осуществлял контроль над сбором и упорядочением налогов. Везир или его представитель принимали участие и в судебных делах. Везири провинций назначались на должность или освобождались от нее по рекомендации беглярбега и по указу шаха. Несмотря на то, что он назначался шахом, в своей деятельности везир подчинялся беглярбегу, но одновременно был «глазами и ушами» правителя. Беглярбегства подразделялись на магалы (округа). [3]

Магалами управляли окружные правители (султан или мелик), утверждаемые шахом. Этим правителям предоставлялись военно-административные и полицейские функции. Важную роль в управлении областями также играли заместитель беглярбега (джанишин), эшикагасыбашы, диванбеги, мехмандар. Заместитель беглярбега в области обладал широкими полномочиями. В отсутствие беглярбега все дела возлагались на него. Он поддерживал регулярные отношения и с дворцом.

После возвращения шахом Аббасом I утерянных в войнах с османами территорий Сефевидское государство было разделено на 13 беглярбегств, из них четыре находились на территории Азербайджана. Исходя из сути феодального военно-кочевого ополчения армия Сефевидов, как и во времена Аггоюнлу и Гарагоюнлу, подразделялась на два вида.

При шахе Аббасе I была создана 44 тысячная регулярная армия; вместе с 60-70-ти тысячным реорганизованным феодальным ополчением черик общая численность армии составляла свыше 100 тысяч человек. В XVI-XVII столетиях государственная армия в основном располагалась в областях. Эта армия состояла из вооруженных сил племен азербайджанских тюрков, объединенных под командованием беглярбегов провинций. В каждом из беглярбегств – в Ширване, Гарабахе, Чухур-Сааде и Азербайджане содержались постоянные военные силы, состоящие из нескольких тысяч воинов.

Список использованных источников и литературы:

[1] Административно-территориальное деление Азербайджанской Республики: информационный сборник. Баку, Издание Милли Меджлиса Азербайджанской Республики, 2013

[2] Şükürov K.K. Azərbaycan tarixi. Ən qədim zamanlardan bizim günlərədək: dövlətlər, hadisələr, sinxronlaşdırılmış cədvəllər. II hissə Bakı, 1998 (на азербайджанском)

[3] Süleymanov N.M. Səfəvi dövlətlərinin təsərrüfat həyatı. Bakı, 2006 (на азербайджанском)

[4] Azərbaycan tarixi üzrə qaynaqlar. Bakı, 2007. (на азербайджанском)

© Ф.Б. Алиева, Г.Г. Гулиева, 2024

*Г.Г. Гулиева,
преподаватель,
Д.Х. Гасанова,
преподаватель,
Азербайджанский государственный
аграрный университет,
г. Гянджа, Азербайджан*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЖИЗНЬ АЗЕРБАЙДЖАНА В XVI ВЕКЕ

Аннотация: в связи с расширением дипломатических и торговых связей Сефевидского государства с зарубежными странами в XVI– XVII вв. от того времени сохранилось много записок европейских путешественников, купцов, дипломатов и христианских миссионеров, побывавших в то время в Азербайджане и сопредельных странах. Ценные сведения содержатся в сочинении османского путешественника и историка Эвлия Челеби и в записках русского путешественника Федота Котова, а также в донесениях русских дипломатов. К моменту установления в Азербайджане власти Сефевидов большая часть страны, за исключением Ширвана, переживала состояние экономического застоя, в связи с неудачей реформ падишахов Аггоюнлу.

Ключевые слова: сельское хозяйство, феодалы, экономическая жизнь

Для нормализации экономической жизни и увеличения притока средств в казну Сефевиды в первое время вынуждены были пойти на некоторое облегчение положения крестьянства. Усиление центральной власти при шахе Исмаиле I, боровшемся с сепаратизмом кызылбашской знати, уменьшение внутренних феодальных войн и междоусобиц в первую четверть XVI века также дали толчок к возрождению сельского хозяйства и других отраслей экономики. Основным занятием населения, как и прежде, являлось земледелие. Зерновые – пшеница и ячмень, выращивались почти во всех регионах Азербайджана – в Ширване, Мугани, Арране, а также в южных областях – округах Ардебиля и Халхала. Изобилие хлеба в Сефевидском государстве отмечается почти всеми европейскими путешественниками. В районе Тебриза, по сообщению анонимного венецианского купца, «имеется много риса и большое изобилие пшеницы и ячменя». Одним из основных и традиционных занятий сельских жителей было садоводство и огородничество. О прекрасных фруктовых садах в районах Суфияна, Маранда и Хоя сообщает венецианский посол при шахском дворе Алессандри. Фруктовые сады и огороды занимали важное место также в хозяйстве городских жителей, удовлетворяя нужды населения. Разведение тутового дерева в Азербайджане издавна было связано с выращиванием здесь шелковичных червей и шелководством. Культура шелкопряда была особенно распространена в Ширване и Шеки, где на местной

сырьевой базе развивалась шелкоткацкая промышленность. Одним из основных районов разведения шелкопряда в XVI веке был Ареш, который часто упоминается английскими купцами как место закупки шелка-сырца иностранцами, специально посещавшими этот город. В Европе были известны разные сорта шелка-сырца, вывозившегося из Азербайджана. Часть населения Азербайджана вела полукочевой образ жизни и традиционно занималась скотоводством. При Сефевидах продолжали оставаться прежние формы землевладения, что и прежде – дивани, хассе, вакф и мульк. Новым моментом был рост государственного и домениального землевладения, а также особый вид условного пожалования за службу – тиюль. Шах Исмаил I конфисковал большой земельный фонд, принадлежавший представителям династии Аггоюнлу, а также владения богатого суннитского духовенства. Помимо округа Ардебил в Азербайджане, первые Сефевиды владели на правах хассе (домена) земельными массивами в Исфахане, Фарсе, Герате. В домен зачислялись наиболее плодородные и благоустроенные владения. Представители Сефевидской династии превратилось, таким образом, в самых крупных в стране феодалов–землевладельцев. В интересах централистской политики Сефевиды, начиная с шаха Исмаила I, стремились ограничить наследственное служебное землевладение – союргал, не допустить перехода казенных земель в собственность вассалов – кызылбашских эмиров, ханов и беков, они стали насаждать и поощрять развитие нового вида пожалования – тиюля.[4] Это было ограниченное временем нахождения на службе, ненаследственное пожалование вассалу части ренты-налога (натурой или деньгами) с определенных объектов без права управления ими. Тиюлы жаловались преимущественно сословию кызылбашских воинов. Союргалы не исчезли полностью, но видоизменились: это были уже небольшие владения, находившиеся в Пользовании шиитского духовенства и гражданского чиновничества. Подавляющее большинство населения Азербайджана составляло крестьянство, эксплуатируемое кызылбашскими феодалами. Часто, не имея своего надела обрабатываемой земли, крестьяне вынуждены были арендовать ее на кабальных условиях у государства, кызылбашских ханов, беков, владельцев мюльков, попечителей вакфов и других земельных собственников. Сефевиды, пользовавшиеся первоначально поддержкой и сочувствием социальных низов, не сделали существенных практических шагов для облегчения положения и окончательного разорения трудового народа, но для обеспечения необходимых условий оживлению и развитию экономики сефевидские шахи временами сокращали налоговое бремя. В частности, шахское правительство вынуждено было считаться с тяжелым положением народа после длительной полосы османских вторжений и мира 1555 года, сократив поземельный налог малджахат (харадж) и другие подати. Феодалная рента выступала в смешанной форме, причем из трех форм преобладающей была продуктовая рента. Получение феодалной ренты осуществлялось через сложную систему сельскохозяйственных податей и повинностей. Основным налогом с крестьян была поземельная подать – малджахат, размеры которого составляли от 1/6 до 1/3 доли урожая.[2] Малджахат вносился в основном продуктами и продукцией

сельскохозяйственного производства – пшеницей, ячменем, рисом, шелком и т.д. Очень обременительными для крестьян были сборы и повинности, известные под собирательным термином «ихраджат» и «шилтакат». Крестьяне должны были не только предоставлять продовольствие для войска или феодального ополчения, но и обеспечить фуражом и кормом верховых и вьючных животных (алафа, улуфе); им вменялось в обязанность предоставлять свои дома и кормить за свой счет иностранных послов, шахских гонимых и других чиновников. Тяжелое положение народа, эксплуатируемого кызылбашскими феодалами, побуждало население к восстаниям. Крупное антифеодальное восстание произошло в конце 1537 г. Азербайджанский историк Искендер Мюнши писал, что в Ширване "исчез всякий порядок, смуты и беспорядки в той стране стали явными".[3] Повстанцы без боя овладели Шемахой, ширванские эмиры вместе с малолетним ширваншахом бежали из столицы и укрылись в крепости. Однако восстанию были присущи недостатки всех подобных крестьянских выступлений – не имевшие ясных целей и надежного руководства повстанцы вскоре оставили Шемаху и отступили в Сальян. Ширванские эмиры, оправившись, собрались с силами и подавили восстание. Наиболее мощным было восстание ремесленников и городской бедноты в Тебризе в 1571-1573 гг. Восставшие в течение двух лет удерживали город в своих руках. И хотя тебризское восстание было подавлено, оно сильно встревожило шахский двор. Напуганный размахом народных выступлений, шах Тахмасиб отменил сборы с ремесленников и временно освободил город от всех государственных налогов.

Влияние этих политических событий на состояние производительных сил, и в первую очередь на состояние городской экономики, было огромное. Ни один более или менее значительный город Азербайджана, за исключением Ардебилля, который вообще не был захвачен турецкими войсками, не избежал тяжелых последствий этих войн. Особенно сильно пострадали Тебриз, Нахичевань, Гянджа, Хой, Карабаг, Маранд, Шабран и Джульфа.[1] Многие купцы подвергались грабежу. Военные действия привели к временному упадку уродской жизни, и в первую очередь ремесленного производства и торговли. Почти полностью прекратился вывоз азербайджанских товаров по транзитным путям, проходящим по территории Турции. Нарушение нормального функционирования внешней и транзитной торговли, отрицательно сказалось на городской экономике. В городах, оживленных хозяйственных районах, было сконцентрировано значительное количество ремесленно-торгового населения. Существовало также большое количество мелких торгово-ремесленных поселений, связанных с внутренней и внешней торговлей. По численности населения и по внешнему виду крупные населенные пункты почти не отличались от мелких городов. В их экономике, за исключением отдельных случаев, ремесло и торговля играли подсобную (хотя и немаловажную) роль по сравнению с основными отраслями их экономики – земледелием и садоводством. Городское население занималось также возделыванием сельскохозяйственных культур и сырья, чаще всего технических, необходимых для развития ремесленного производства. В пределах городов, и вне их часть жителей имела довольно обширные подсобные хозяйства (сады, поля, мелкий и

крупный рогатый скот и т. п.), которые в той или иной степени составляли их материально-сырьевую базу. Городские жители имели сады, занимающие большие площади. Одним из крупных городов сефевидского периода являлась Шемаха. Из предыдущих глав видно, что в средневековье она была политическим центром феодального государства Ширваншахов. Это обстоятельство в значительной степени способствовало превращению Шемахи в один из крупных городов Азербайджана.

Список использованных источников и литературы:

[1] Azərbaycan tarixi (ən qədim zamanlardan XX əsrədək) I cild. Z.M.Bunuyadov və Y.B.Yusifovun redəktəsi ilə. Bakı: Azərbaycan Dövlət Nəşriyyatı, 2014, 719 s (на азербайджанском)

[2] Şükürov K.K. Azərbaycan tarixi. Ən qədim zamanlardan bizim günlərədək: dövlətlər, hadisələr, sinxronlaşdırılmış cədvəllər. II hissə B., 1998 (на азербайджанском)

[3] Süleymanov N.M. Səfəvi dövlətlərinin təsərrüfat həyatı. Bakı, 2006 (на азербайджанском)

[4] Azərbaycan tarixi üzrə qaynaqlar. B., 2007. (на азербайджанском)

© Г.Г. Гулиева, Д.Х. Гасанова, 2024

UDC 339.138

*D.A. Smolyakov,
D.S. Kuzvisova,
4th year students
e.g. «Economics»,
sci. Supervisor: N.V. Ryapolova,
Ph.D., Assoc.,
Oskol Technological Institute
named after. A.A. Ugarova (branch)
FSAEI of HE «NUST «MISIS»,
Stary Oskol, Russian Federation*

TRANSFORMATION OF COMPANIES' MARKETING STRATEGIES UNDER THE INFLUENCE OF DIGITALISATION

Abstract: this article deals with digital and technological innovations in marketing: their significance, advantages, and status. The application of three main digital marketing tools playing an important role in attracting customers is analyzed. Significant technologies used in modern marketing are outlined. The problems faced by companies during their marketing activities are characterized. These are information overload of users, complexity of management and coordination of multiple communication channels. Based on the analysis of current trends and the use of advanced technologies in marketing, recommendations for effective management of multichannel marketing campaigns are presented. This is one of the most important points in modern marketing

Keywords: marketing, digitization, artificial intelligence, big data, information overload, segmentation, personalization.

In recent decades, the world around us has been significantly transformed by the rapid growth of digitalization. These rapid transformations have had and continue to have a significant impact on all aspects of our lives, especially in the business sector, where such changes are felt more strongly. Digitalization has transformed the way people, in particular companies and consumers interact, bringing changes in their marketing strategies. Much of this change is due to changes in consumer behavior, which has become much more complex with the advancement of technology [1]. Humans have many new needs, which are growing and becoming more complex every year, and companies, in turn, must build their marketing system so that their product or service can meet the limitless needs of modern customers.

A significant role should be attributed to the processes of digitalization in improving the marketing strategies of modern companies. As it happens, for the most part, not due to any revolutionary and innovative ideas, but with the help of modern

technologies such as artificial intelligence, machine learning and big data [2]. Tools based on these technologies have become very powerful means of attracting and keeping customers on their side.

Clearly, digital marketing has significant advantages and many pros. There are three main digital marketing tools:

- SEO (search engine optimization);
- SMM (social media marketing);
- Content marketing.

Although these tools have been around for years, they are still the base and solid foundation of all more advanced tools. In addition, the tools remain relevant due to their ability to adapt to any changes in this sphere, as well as due to their flexibility about changes in consumer behaviour. Studies of Russian companies show that over the last 8 years, Russian companies' spending has more than doubled. This is most clearly seen in the dynamics reflected in Figure 1 [4]:

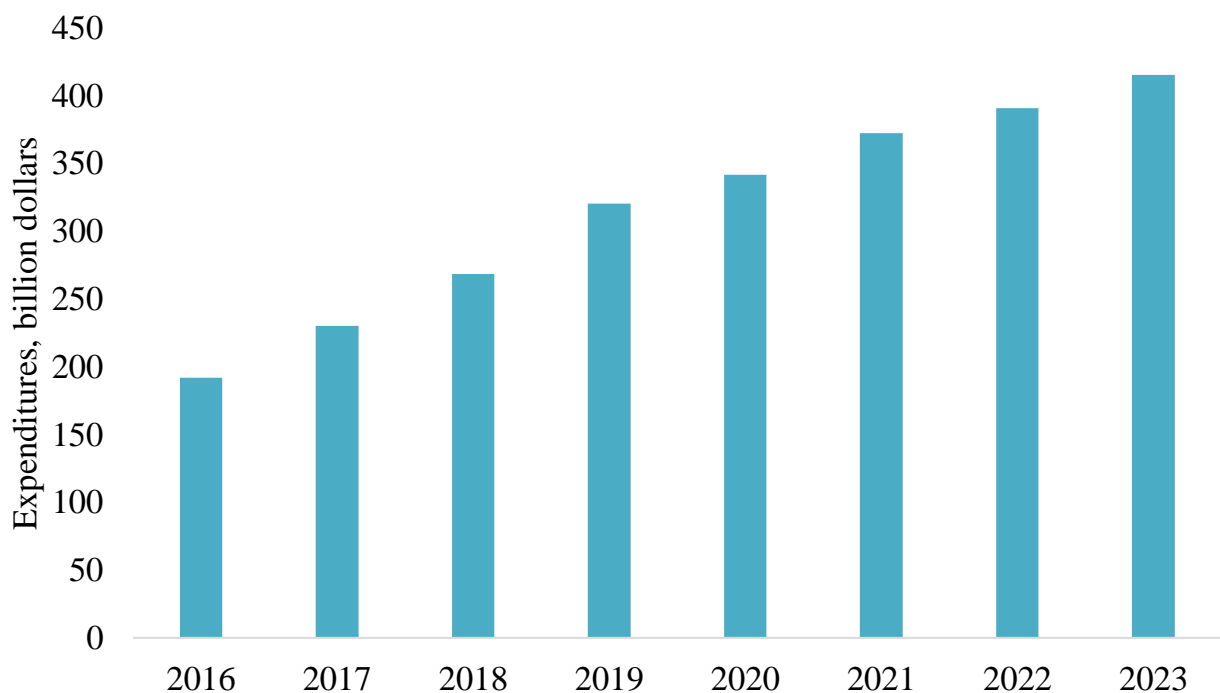


Figure 1 – Advertising Expenditures of Russian Companies from 2016 to 2023.

In addition, according to reports of research company eMarketer, about 45% of the marketing budget of different companies is spent on SMM marketing and 1.5 times less on content marketing and SEO [5]. This suggests that companies are adopting current trends, realizing that the main tool for attracting customers today is social media. At the same time, it should be emphasised that SEO and content marketing are also very significant tools and play a significant role. Therefore, to maintain and increase audience engagement, all available digital marketing tools should be competently applied.

In modern marketing practically all possible and available modern technologies are used. We can emphasize the following main ones:

- artificial intelligence;
- machine learning;
- big data;
- computer vision;
- VR technologies, and others.

Almost all large companies actively apply these technologies as much as possible and as needed. According to some studies, about 60% of all companies worldwide use artificial intelligence technologies to promote their goods and services. However, in our opinion, among the technologies listed above, the most effective is Big Data, as it is the only technology that allows collecting and analyzing large volumes of data on consumer behavior, preferences, and purchasing habits. Based on this data, marketers segment the audience and create an averaged customer profile for each segment, based on which they build their production or trade activities. Additionally, analyzing historical data helps understand which marketing strategies were effective and which were not, and for what reasons. Currently, many Russian companies use Big Data in their marketing activities. Among the most well-known are «Pyaterochka», «Yandex», «MTS», «Gazprom», «Rostelecom» and many others.

As we know, the main task of marketing is to identify a customer need that can be satisfied by a certain product or service. Accordingly, the wider the reach and more touch points with possible customers, the higher the chance of increasing the company's conversion rate. In modern marketing, making a much wider audience reach is made possible by the digital elements of marketing. Whereas people used to receive information about a brand and its services through just a few communication channels, now the number of these channels has grown dozens and hundreds of times, which has created additional advantages for marketing. However, at the same time, it entails a few problems [3].

The most obvious and basic problem is the complexity of coordinating marketing campaigns and managing communication channels. This problem is becoming more pronounced every year due to a similar growth in audience communication channels. To properly mitigate it, it is necessary to ensure consistency of messages and strategies across all platforms used for communication to avoid duplication or confusion.

Of course, the more touchpoints with the audience, the higher the chances of making a sale. However, it is crucial to maintain a delicate balance in informing potential clients about your services or products to avoid information overload and negative reactions from customers. It is also important to segment the audience using the same digital technologies and create relevant content for each segment, which will not cause obvious negativity even in the case of possible information overload.

In general, it is worth noting that any problem that is caused by changes in modern marketing has a solution. It is only important to realise that the effectiveness of these solutions is temporary and therefore it is necessary to constantly maintain them at the proper level to contain the negative impact of factors.

References:

[1] Sobolevsky, Y.S. Transformation of Marketing and Marketing Communications under the Influence of Digitalization // Skif. Student Science Issues. 2023. No. 5(81). pp. 619-624.

[2] Shendrik, V.V. Marketing Strategies in the Era of Digitalization: Challenges and Prospects // Problems of Science. 2024. No. 2(83). pp. 15-18.

[3] Lukashin, K.V. Problems of Digital Transformation of Marketing in New Realities // Transformation of the Economy. 2023. No. 4(8). pp. 42-44.

[4] The New Era of social media [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.emarketer.com/resources/the-new-era-of-social-media/>, free. – (accessed: 12.06.2024).

[5] Spending on advertising in Russia from 2012 to 2019 with a forecast until 2024 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.statista.com/statistics/491838/advertising-spend-russia/>, free. – (accessed: 13.06.2024).

© D.A. Smolyakov, D.S. Kuzvisova, 2024

*В.П. Харьков,
к.т.н., доцент, зав. кафедрой,
АНО ВО «Национальный институт бизнеса»,
г. Москва, Российская Федерация*

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ТЕХНОЛОГИЯ ООП ПРИ РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ТОРГОВЛИ

Аннотация: предметом рассмотрения является демонстрация технологии использования искусственного интеллекта и объектно-ориентированного программирования при разработке программ на языке Python для бизнеса. Методология работы использует применение диалогового режима при работе с ChatGPT и программами на языке Python.

Ключевые слова: бизнес, ресурсы, прогнозирование, анализ, искусственный интеллект, ChatGPT, ООП, Python, продажи.

Инструмент ИИ – ChatGPT является отличным помощником при создании компьютерных программ для бизнеса. В сочетании с самым популярным языком программирования Python и технологией объектно-ориентированного программирования такой подход позволяет резко ускорить процесс создания программ. Целью данной статьи является показать применение этих технологии и средств на примере автоматизации операций торговли.

Объектно-ориентированное программирование (ООП) стало одной из самых популярных и широко используемых парадигм программирования в современном мире. Оно предлагает мощный подход к разработке программного обеспечения, позволяя создавать более структурированные, гибкие и удобные в обслуживании приложения. Основная идея ООП заключается в организации кода вокруг объектов, которые представляют как данные, так и методы, работающие с этими данными.

В отличие от процедурного программирования, где акцент делается на последовательности действий и функций, ООП фокусируется на взаимодействии объектов. Ключевыми принципами ООП являются инкапсуляция, наследование и полиморфизм. Технологии ООП широко применяются при создании программ на современном языке Python.

При решении задачи пользователь ChatGPT должен ясно и подробно составить запрос для решаемой задачи. Затем получить ответ (текст программы и объяснение элементов) и протестировать программу на интерпретаторе Python. В случае ошибок задать вопрос к ChatGPT и исправить их. В данной статье наилучший результат программирования показал вариант GhatGPT 4o – Monika. Программа MashaGPT предложила похожую работоспособную программу. К сожалению программа генерированная GigaChat содержала ошибки. Так что при решении задач

можно использовать разные варианты ChatGPT 3.5 (или 4o) (Monica, MashaGPT, GigaChat и др.) и выбирать лучшее из них. Далее приведен пример технологии ИИ в решении задачи бизнеса. Тестирование программы на языке Python 3 (сгенерированной ChatGPT) проводили в среде Google Colab.

Запрос. Предложи программу на Python учета операций торговли товаром на основе ООП. Использовать модуль Pandas. В результате получить таблицы продаж и сводную таблицу продаж по каждому товару – товар, количество и сумма. Также добавь таблицу сумм продаж по каждому покупателю – покупатель, сумма. Объясни назначение каждого класса и метода.

Ответ. Monica. Вот пример программы на Python для учета операций торговли товаром с использованием ООП и модуля Pandas. Программа включает классы для управления товарами, покупателями и операциями продаж. В результате получим таблицы продаж и сводные таблицы.

```
import pandas as pd # Monica 30_07_2024
class Product:
    """Класс для представления товара."""
    def __init__(self, name, price):
        self.name = name # Название товара
        self.price = price # Цена товара
class Customer:
    """Класс для представления покупателя."""
    def __init__(self, name):
        self.name = name # Имя покупателя
class Sale:
    """Класс для представления продажи товара."""
    def __init__(self, product, customer, quantity):
        self.product = product # Товар
        self.customer = customer # Покупатель
        self.quantity = quantity # Количество
class SalesManager:
    """Класс для управления продажами и генерации отчетов."""
    def __init__(self):
        self.sales = [] # Список всех продаж
    def add_sale(self, sale):
        """Добавляет продажу в список."""
        self.sales.append(sale)
    def get_sales_table(self):
        """Возвращает таблицу продаж."""
        data = {
            'Товар': [sale.product.name for sale in self.sales],
            'Покупатель': [sale.customer.name for sale in self.sales],
            'Количество': [sale.quantity for sale in self.sales],
```

```

'Сумма': [sale.product.price * sale.quantity for sale in self.sales]
}
return pd.DataFrame(data)
def get_summary_by_product(self):
    """Возвращает сводную таблицу продаж по каждому товару."""
    sales_table = self.get_sales_table()
    summary = sales_table.groupby('Товар').agg(
        Количество=('Количество', 'sum'),
        Сумма=('Сумма', 'sum')
    ).reset_index()
    return summary
def get_summary_by_customer(self):
    """Возвращает таблицу сумм продаж по каждому покупателю."""
    sales_table = self.get_sales_table()
    summary = sales_table.groupby('Покупатель').agg(
        Сумма=('Сумма', 'sum')
    ).reset_index()
    return summary
# Пример использования
if __name__ == "__main__":
    # Создание товаров
    product1 = Product("Яблоко", 50)
    product2 = Product("Банан", 30)
    # Создание покупателей
    customer1 = Customer("Иван")
    customer2 = Customer("Мария")
    # Менеджер продаж
    manager = SalesManager()
    # Добавление продаж
    manager.add_sale(Sale(product1, customer1, 3))
    manager.add_sale(Sale(product2, customer1, 2))
    manager.add_sale(Sale(product1, customer2, 1))
    # Получение таблиц
    sales_table = manager.get_sales_table()
    summary_by_product = manager.get_summary_by_product()
    summary_by_customer = manager.get_summary_by_customer()
    # Вывод результатов
    print("Таблица продаж:")
    print(sales_table)
    print("\nСводная таблица по товарам:")
    print(summary_by_product)
    print("\nСводная таблица по покупателям:")
    print(summary_by_customer)

```

Результат:

Таблица продаж:

Товар Покупатель Количество Сумма

0 Яблоко Иван 3 150

1 Банан Иван 2 60

2 Яблоко Мария 1 50

Сводная таблица по товарам:

Товар Количество Сумма

0 Банан 2 60

1 Яблоко 4 200

Сводная таблица по покупателям:

Покупатель Сумма

0 Иван 210

1 Мария 50

Объяснение классов и методов

Класс Product:

Представляет товар с двумя атрибутами: name (название товара) и price (цена товара).

Класс Customer:

Представляет покупателя с одним атрибутом: name (имя покупателя).

Класс Sale:

Представляет операцию продажи, содержит три атрибута: product (товар), customer (покупатель) и quantity (количество проданного товара).

Класс SalesManager:

Управляет продажами. Содержит список sales, в который добавляются продажи.

Метод add_sale(sale) добавляет новую продажу в список.

Метод get_sales_table() создает таблицу с деталями всех продаж.

Метод get_summary_by_product() генерирует сводную таблицу по каждому товару, показывающую общее количество и сумму продаж.

Метод get_summary_by_customer() создает таблицу с суммами продаж по каждому покупателю.

В основном блоке программы создаются товары и покупатели, добавляются продажи, и выводятся таблицы с результатами.

Заключение.

ChatGPT по запросу пользователя не только предлагает алгоритм решения задачи и программу, но и объясняет их. В статье предложен подход к решению торговых задач с использованием инструмента ИИ ChatGPT и языка программирования Python 3. Целью работы являлось облегчить пользователям освоение современных технологий цифровой экономики на практическом примере.

Список использованных источников и литературы:

[1] Казанцев Т. Искусственный интеллект и Машинное обучение. Основы программирования на Python / Т. Казанцев – «Тимур Казанцев», 2020

- [2] Харьков В.П. «Объектно-ориентированный динамический подход к операциям торговли». 2020. Вестник Национального института бизнеса.
- [3] Харьков В.П. Искусственный интеллект, машинное обучение и нейронные сети в бизнесе и образовании: Монография /– Москва: Издательство Московского гуманитарного университета, 2023. – 87 с.
- [4] Харьков В.П. Информационные технологии в экономике предприятия. Вестник Национального Института Бизнеса. 2023. №2 (50). С. 109-118.
- [5] Харьков В. П. Цифровая экономика [Электронный ресурс]: учебное пособие / – Электрон. текст. дан. (7,4 Мб). – Киров: Изд-во МЦИТО, 2024.
- [6] Харьков, В. П. Практические задачи искусственного интеллекта в малом бизнесе. [Электронный ресурс]: монография/ 90 с. – Киров: Изд-во МЦИТО, 2024. –
- [7] <http://mashagpt.ru/>
- [8] <http://chadgpt.ru/>
- [9] <http://monica.im/>

© В.П. Харьков, 2024

УДК 741.02

В.А. Ежелева,
преподаватель,
МБУ ДО «Детская школа искусств».
г. Нефтеюганск, Российская федерация.

**ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКА ВЛАДЕНИЯ ЧЕРНО-ГРАФИТНЫМ
КАРАНДАШОМ В ПЕРВОМ КЛАССЕ ДХШ, ДШИ**

Аннотация: данная статья посвящена процессу формирования навыков владения черно-графитным карандашом. Однонаправленный штрих в творческой работе учащегося. Организация работы со скетбуком. Выявление профессиональных способностей учащегося на ранних этапах обучения.

Ключевые слова: черно-графитный карандаш, однонаправленный штрих, скетбук.

Обучение изобразительному искусству имеет несколько направлений деятельности: навыки владения художественными материалами, анализ произведений предыдущих поколений художников и изучение различных техник и технологий изобразительной деятельности.

Самым начальным этапом в обучении рисунку является освоение графического материала – черно-графитный карандаш. Для начала надо определиться какие работы мы будем выполнять в этом материале. Есть академический рисунок со всеми последующими задачами: постановка руки, развитие глазомера и культуры штриха. Графический эскиз или декоративный рисунок, эти виды деятельности вносят свои дополнения и особенности в работу этим материалом.

Учащийся 10-12 лет уже отдает себе отчет как он хочет изобразить реальность, а также начинает формировать свои вкусовые пристрастия. В этом возрасте у человека появляются вопросы к качеству своего рисунка, выполненного карандашом. Наше время в этом отношении очень богато на доступную визуальную информацию, которая в свою очередь не всегда соответствует нормам академического рисования, а также отсутствует определенная цензура на потребление изобразительного контента.

Целые поколения детей подвержены воздействию культурного кода, который далек от развития объемно-пространственного мышления. Это не хорошо и не плохо, просто на определенном этапе тормозит развитие навыков владения карандашом в контексте академического рисунка, и учащимся в старших классах приходится переучиваться, так как основы академического рисунка являются базой для формирования навыков в различных профессиональных областях изобразительной деятельности.

Одной из задач преподавателя является ускорение процесса освоения и приобретения навыков владения черно-графитным карандашом.

Для этого разработаны ряд упражнений на развитие глазомера и мышечного каркаса рисующей руки. Упражнения необходимы, но они порой скучны и при завершении больше напоминают черновик, не имея творческого смысла. С таким ходом работы может согласиться взрослый обучающийся, но никак, не ребенок и его родители, часто неискушенные зрители.

Нами разработан ряд упражнений, в которых мы решаем задачу формирования мышечной памяти руки при штриховании. Творческая часть этого упражнения заключается в создании работы готовой к участию в различных конкурсах. Изучение воздушной с элементами конструктивной и информационной перспектив полноценно формирует логику этапов работы. По итогу выполнения такого задания, учащийся создает завершенную творческую работу.

Критерии оценивания такой работы сводятся, во-первых к качеству нанесения однонаправленного штриха – (2 балла), во-вторых тональной передачи пространства (2 балла), и еще важным элементом рисунка является отказ от контурных линий (1 балл). «Нужно помнить, что композиции, построенные в основном на соотношении светлого и темного, никогда не подчеркивают контура, так как размеры и сочетание мазков и пятен определяются исключительно интенсивностью силы светлого и темного. Эффект от светлых и темных мазков и пятен совсем иной, чем от контурных линий».[1]

Выполняется такая работа строго за мольбертом. Преподаватель обязан отслеживать правильную посадку за мольбертом, также периодически сопровождать работу дополнительными физическими нагрузками, чтобы ослабить зажим мышечного каркаса от напряжения при рисовании. В своей работе Йоханнес Иттен этому уделяет очень много внимания «начинал свои утренние занятия с упражнений на расслабление, задержку дыхания и концентрацию внимания, чтобы умственно и физически настроить учеников на интенсивную работу. Тренировка тела как инструмента духа очень важна для творческих личностей».[1] Время отдыха учащихся тоже должно быть активным, чтобы восстановить кровообращение в ногах и насытить организм кислородом. Возвращаясь к работе после полноценной перемены, учащийся самостоятельно может увидеть допущенные ошибки или понять, куда следует двигаться.

В этом возрасте упражнения должны быть быстро выполнимыми и давать сразу качественный результат – это позволит удерживать внимание и интерес юных художников к учебной работе. Также следует организовать работу над домашними заданиями.

Упражнения для домашних заданий должны быть короткими по времени выполнения, не более, чем 5-минутными зарисовками. Прилежный учащийся самостоятельно увеличит время выполнения, а активный, подвижный ребенок не успеет заскучать.

Для учащихся в этом возрасте важно заниматься «скетчингом» (это

способ быстро сделать набросок какого-нибудь изображения. Само слово “sketch” переводится с английского как «набросок, зарисовка»). Родители с удовольствием приобретают различные скетчбуки для своих «юных творцов», но фантазии наполнять зарисовками каждый день у учащихся не хватает, да и еще не выработана потребность рисовать каждый день. Эту роль на себя должен взять преподаватель, подготовив небольшие задания в скетчбуке. Таким образом, преподаватель приучит выполнять домашние задания, и как упражнения, а также вести поисковую работу над композицией. И еще огромный плюс работы в таком формате в том, что зарисовки не потеряются, и по скетчбуку можно будет отследить прогресс развития навыков юного художника на просмотрах.

«От постановки руки напрямую зависит ваше владение линией и техникой штриха. Но во время рисования художнику необходимо думать не о движении своей руки, не о технике, а о задачах рисунка. Поэтому навыки по постановке руки должны быть доведены до автоматизма».[2] Качественный результат при работе над штриховкой становится заметным уже через 20 дней систематических занятий, и именно непрерывные упражнения формируют в первую очередь мышечную память, учащийся перестает задумываться о ровности линии и она получается, так же начинает получаться красивое графическое пятно.

В первый год обучения рисунку следует придерживаться исполнения тоновых задач в натюрморте и пейзаже однонаправленным штрихом: вертикальным, горизонтальным или наклонным.

Если для состоявшегося художника штрих – это его индивидуальный творческий язык, часть идеи и образа, то для начинающего художника важно освоить базовые навыки владения карандашом до автоматизма, чтобы более осознанно осваивать изучение объемно-пространственных задач.

Опыт показал, что учащиеся, которые придерживаются на начальном этапе предложенных правил технического освоения однонаправленной штриховки, даже со способностями ниже среднего добиваются крепких результатов, потому что основная интеллектуальная нагрузка уходит на освоение конструкции предметов. Да, работы получаются очень сдержанные, даже декоративные, но аккуратные и завершенные, что в свою очередь нравится исполнителю.

«Уже в начале освоения профессии художника необходимы те первоначальные технические навыки, без которых невозможна никакая практическая работа и которые в целом могут быть названы как «постановка руки».[2] Одной из задач преподавателя является найти подход к учащемуся и определить направление его способностей: академист, график или прикладник. Решение этой важной задачи, когда преподаватель знает, на что способен его ученик, даже со средними способностями, позволяет профессионально ориентировать юных творцов, а также готовить их к более сложным профессиональным задачам на следующем этапе обучения.

Список использованных источников и литературы:

[1] Иттен Иоханнес Искусство формы / Пер.с немецкого и предисловие Л.Монаховой – М.:Изд.Д.Аронов, 2001. – 136 с.

[2] Шаров В.С. Академическое обучение изобразительному искусству.– М.:Издательство «Э», 2015. – 648с.: ил.

© В.А. Ежелева, 2024

УДК 159.99

*А.Н. Политова,
аспирант 2 курса
напр. «Психология»,
ОЧУВО Московский Инновационный Университет,
г. Москва, Российская Федерация*

ПОСТАНОВКА ЦЕЛИ И ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКА ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ У ПОДРОСТКОВ

Аннотация: в статье поднимаются вопросы планирования и достижения цели в подростковом возрасте. Рассматриваются важные аспекты развития умения осознанно ставить цель, планировать процесс реализации и оценивать возникающие риски неудач. Развитие «личностной зрелости» ребёнка подросткового возраста в процессе достижения цели происходит не только путём получения собственного опыта, но и за счёт новых знаний. Атмосфера успеха – это пространство, в котором подросток уверенно достигает свои цели. Именно в этом пространстве дети могут проявить к своей жизни большой интерес, отнестись к ней более ответственно, получая ресурс и новые возможности. Ответственное отношение подростка к собственной жизни даёт возможность ставить и достигать цели.

Ключевые слова: целеполагание у подростков, постановка цели, достижение цели, атмосфера успеха, «жизненный баланс», проектирование будущего, «свободный поток».

В настоящее время одной из востребованных тем успешного планирования будущего является тема постановки цели в подростковом возрасте. Основные принципы успешного достижения целей в возрасте 13-16 лет базируются на желаниях и потребностях ребёнка. Это могут быть совершенно разные цели, например: прочитать книгу, освоить новые навыки, иметь дружеские отношения, достигнуть определённого результата в разных сферах жизни и так далее.

Работая в центре психологической службы, я сталкиваюсь с разного рода запросами, например, такими как: конфликты в семье, ссоры со сверстниками, сложности в обучении, трудности во взаимоотношениях и другое. Частым запросом у детей подросткового возраста выступает – потребность в поддержке и реализации собственных целей. Здесь я уделяю особое внимание сильным сторонам ребёнка. Это может быть – некое знание о себе. Иногда у подростков складывается мнение о своей некомпетентности и, что кто – то другой может им дать эти ответы, кто – то более сведущий. В результате индивидуальные цели не достигаются, и подросток теряет уверенность.

В процессе достижения цели происходит самопознание подростка в разных сферах жизни. Опираясь на свой психологический опыт работы с детьми, я вижу, что у каждого ребёнка есть своё представление будущего. В большинстве случаев дети подросткового возраста стремятся к достижению цели, а в этом им помогает представление достигнутой цели. Если вокруг ребёнка создаётся поддерживающая атмосфера, то это помогает ему реализовать собственные задачи, связанные с целью и создаёт ощущение уверенности в жизни. Важное значение в достижении цели имеет ценностная шкала. Шкала ценностей у всех детей разная, она формируется на базе родительских ценностей. Опираясь на родительские ценности подросток делает выбор и принимает решение. Важно отметить, что реализация поставленных задач приносит удовлетворение и помогает ставить новые цели. Для некоторых детей этот процесс заключается не только в достижении конечных целей, а в обретении новой мотивации и реализации своих способностей и талантов.

Не менее важная составляющая достижения цели – это «жизненный баланс». В сегодняшнем ритме жизни, с множеством обязанностей и социальными требованиями, «жизненного баланса» может не хватить. Здесь очень важно соизмерить свои силы и рассчитать риски. Это позволяет создать больше возможностей для достижения цели и оценить фактор риска, в той сфере жизни, в которой подросток планирует достигнуть цель. Если в процессе достижения цели ребёнок принимает активное участие, то он получает самостоятельный опыт. Таким образом, он чувствует, что сам повлиял на изменения в своей жизни.

Развитие «личностной зрелости» ребёнка подросткового возраста в процессе достижения цели происходит не только путём получения собственного опыта, но и за счёт новых знаний. Это можно рассматривать, как дополнительные силы для создания новых ресурсов и расширения возможностей, что ведёт к изменениям в его жизни. Для успешного выполнения задач в процессе достижения цели необходима совокупность нескольких составляющих, это «самотивация», «жизненный баланс» и поддерживающая атмосфера. Если инициатива в достижении цели исходит от самого подростка, то и готовности к жизненным изменениям будет больше. Полученные знания и приобретённый опыт поддерживают сам процесс изменений. А мечты помогают утвердиться в своих целях и достичь желаемого результата.

Иногда у ребёнка может возникать «дух противоречия». Но как показывает практика, если у него сохраняется представление о том, что на самом деле хочется, то обнаруживается, что он с удовольствием раскрывает свои сильные стороны и начинает больше принимать себя. Тогда возникает понимание – где страшно, что мотивирует и сдерживает, каковы цели и взгляды, где есть риски упустить свои возможности.

Подростки могут находиться в разных жизненных ситуациях и у каждого ребёнка жизненный процесс протекает по – своему – бурно или плавно. В этом периоде повышается жизненная активность, которая даёт энергию, несёт рост, но могут быть и периоды кризиса. И здесь необходима поддержка со стороны

ближнего окружения и специалистов.

Атмосфера успеха – это пространство, в котором ребёнок подросткового возраста может расти, меняться, допускать ошибки, терпеть неудачи, опять расти и двигаться дальше. Здесь происходит развитие «личностной зрелости» ребёнка. Именно в этом пространстве дети могут проявить к своей жизни большой интерес, отнестись к ней более ответственно, получая новый ресурс и возможность выбора. Ответственное отношение подростка к собственной жизни даёт возможность ставить и достигать новые цели.

Атмосфера достижения цели должна быть безопасной, чтобы можно было – бы уверенно решать поставленные задачи. Для создания атмосферы безопасности необходимо создать условия, где есть готовность к существенным жизненным изменениям и неудачам. Доверие к себе и другим придаёт подростку много сил, веру в успех и достижение желаемого. Правдивость позволяет занять исследовательскую позицию по отношению к себе. В этой ситуации ребёнок не может от чего – то увильнуть. Правдивость выступает основой веры в себя и подкрепляет уверенность в хорошем результате.

В пространстве успеха присутствует множество возможностей для изменения. В этой атмосфере дети могут легко и быстро достигать цели, экспериментировать, фантазировать, мечтать. Это пространство, в котором существуют разные чувства, такие как: тревога, подозрение, обида, гнев и др. А вот ошибки и неудачи выступают, как средства для обучения. В этом пространстве «свободного потока» рождается множество возможностей для достижения целей, создаётся ощущение «просторности». Важную роль в этом процессе играет «личностная зрелость» подростка, его здоровье и жизненные задачи.

Проектирование будущей цели направлено на определение того, что хотелось бы изменить в своей жизни, что может появиться в результате достижения цели, выполнения обязательств, изменения привычек. Перед подростком встаёт вопрос, который выясняет, кем ему нужно стать, чтобы создать для себя желаемое будущее. Представление образа желаемого результата помогает изменяться, приобретать новый образ. В новом образе подросток может представить себе, чего хочет и поверить в самостоятельность достижения цели. Желаемый результат может быть сформулирован чётко, как конкретная цель. Или это может выглядеть, как например: «планировать хорошую жизнь»; «получить удовольствие от чего – либо» или «чтобы в семье было всё благополучно». А в достижении желаемых результатов и определении оптимальной стратегии помогают уточняющие вопросы, где есть заданная рамка структуры вопросов. Например, это могут быть такие вопросы, как: «Что произойдёт?», «Когда?», «Как вы узнаете, что уже достигли цели?».

Подросток может столкнуться с эффектом «торможения», это сопротивление внутреннего голоса, который отвергает перемены в жизни, ориентируя на постоянство. Научаясь замечать свою тревогу, ребёнок преодолевает страхи, у него освобождается сдерживающая энергия и он легче добивается своих целей. Для него раскрываются новые возможности, что создаёт ресурс и помогает перейти к другим задачам в рамках заданной цели.

Если ребёнок имеет возможность самостоятельно ставить цели, не ограничиваясь стандартами или ожиданиями окружающих, то это придаёт ему уверенность.

Отличительной чертой атмосферы успеха является позитивный настрой и уверенность в себе. В этом пространстве появляется вера в свои силы и способности, что помогает добиваться поставленных целей. Возникает чувство удовлетворённости от достигнутых результатов.

В целом, успешное достижение целей и принятие результата основывается на собственной мотивации, «жизненном балансе», обучении и поддерживающей атмосфере. Постановка целей, осознание своих потребностей и ценностей, активное участие в процессе изменений – все эти элементы помогают подростку реализовать свой потенциал и найти новые смыслы для жизни.

Существуют разные модели вопросов, помогающих поставить цель и достигнуть её. Примеры моделей в рамках коучинг концепции (Д. Уитмор, М. Дауни, М. Аткинсон, Д. Доран).

Модель GROW (Д. Уитмор)

1. Тема (Что больше всего беспокоит сейчас?).
2. Цель для беседы (Чего хотелось бы достичь?).
3. Оценка реальности (Что происходит сейчас?).
4. Список возможностей (Какие есть варианты?).
5. Требуемые меры (Что конкретно следует делать?).

T – модель (М. Дауни)

1. Расширение (Что ещё?).
2. Суммирование, обобщение (А также?).
3. Фокусирование (Что важно?).

4 шага (М. Аткинсон)

1. К чему я стремлюсь? (Определение цели пути).
2. Как я смогу этого добиться? (Возможности, альтернативы, план действий).
3. Почему это для меня важно? (Выявление смысла).
4. Как я смогу понять, что достиг желаемого? (Признание результата).

Технология конечного результата – метод «SMART» (Д. Доран)

1. Что хотелось бы? (формулировка цели)
2. Что для этого нужно? (конкретизирована)
3. Что возможно сделать? (можно представить)
4. Как оцените результат? (имеет характеристики)
5. Какие есть возможности? (имеет ресурсы)
6. Насколько эта цель и результат важны? (реалистичная)
7. Когда результат будет достигнут полностью? (имеет сроки)
8. Кому ещё будут важны полученные результаты? (позитивный результат).

Обучение навыкам целеполагания поможет детям подросткового возраста развить способность быть ответственными, стать более успешными и уверенными в себе. Это создаст возможность для гармоничного развития и

улучшения качества жизни детей этого возраста. Поддерживающая среда способствует гармоничной адаптации в социокультурную среду и самореализации детей.

Список использованных источников и литературы:

[1] Аткинсон М. Достижение целей. Пошаговая система [Текст]: перевод с английского / Мэрилин Аткинсон при участии Рае Т. Чойс. – 2-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2013. – 280с.

[2] Аткинсон М. Мастерство жизни [Текст]: внутренняя динамика развития: перевод с английского / Мэрилин Аткинсон при участии Т. Чойс. – 2-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2013. – 212с.

[3] Битянова Н.Р. Проблема саморазвития личности в психологии: Аналит. обзор / Н.Р. Битянова. – Москва: Моск. психол. – социал. ин-т: Флинта, 1998. – 46 с.

[4] Голви У.Т. Работа как внутренняя игра. Раскрытие личного потенциала [Текст]: перевод с английского / Тимоти Голви. – 2-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2012. – 263 с.

[5] Носова, Т.А. Ценностное самоопределение старшеклассника: монография / Носова Т.А. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2009. – 172 с.

[6] Тайлер, Б. Великая сила перемен: три шага по лестнице значимых изменений к успеху / Бен Тайлер; перевод с английского Василия Горохова. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2023. – 220 с.

[7] Уитмор, Д. Внутренняя сила лидера [Текст]: коучинг как метод управления персоналом: перевод с английского / Джон Уитмор. – Москва: Альпина Паблишер, 2012. – 308 с.

[8] Уитмор, Д. Коучинг [Текст]: Основные принципы и практики коучинга и лидерства: перевод с английского / Джон Уитмор. – Москва: Альпина Паблишер, 2018. – 314 с.

[9] Фельдштейн Д.И. Психология взросления: Структур. – содерж. Характеристики процесса развития личности: Изб. тр. / Д.И. Фельдштейн. – 2-е изд. – Москва: Моск. психол. – соц. ин – т: Флинта, 2004. – 670 с.

[10] Коучинг в социальной работе: учебное пособие / [Н.В. Лазуренко, Н.Н. Подпоронова, М.Е. Поленова, К.Ю. Королёва]; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет». – Белгород: Издательский дом БелГУ, 2022. – 149 с.

© А.Н. Политова, 2024

УДК 32.348

*Д.А. Рябова,
студент магистратуры,
науч. рук.: М.С. Орехова,
доцент кафедры государственного
и муниципального управления
Кубанский государственный аграрный
университет имени И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Российская Федерация*

МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Аннотация: в статье дано понятие слова «молодежь», рассмотрено значение молодежи в развитии Краснодарского края. Выделены основные проблемы в сфере государственной молодежной политики Краснодарского края. Предложен ряд задач для дальнейшего развития молодежной политики в Краснодарском крае.

Ключевые слова: молодежь, молодежная политика, реализация молодежной политики, региональная молодежная политика, проблемы развития, развитие региона.

Молодежная политика является одним из важных компонентов социальной и политической жизни общества. Она направлена на решение проблем и потребностей молодежи, а также способствует развитию образования, здравоохранения, трудовой занятости молодежи и других аспектов их жизни. В связи с этим, изучение и анализ молодежной политики на региональном уровне является актуальной задачей, так как позволяет выявить особенности и эффективность мер, принимаемых в конкретном регионе. В данной статье будет проведен анализ молодежной политики на примере Краснодарского края с целью определить ее влияние на социально-экономическое развитие региона.

Молодежная политика является одной из ключевых и сфокусированных в нашей стране. Это объясняется тем, что молодежный сектор составляет значительную часть населения как конкретного региона, так и страны в целом. Игнорировать эту область общества не стоит, поскольку именно молодежь представляет собой будущее, от которого зависит дальнейшее развитие истории. В настоящее время особенно актуальным остается вопрос структуры механизма управления государственной молодежной политикой. Эта сфера до сих пор недостаточно исследована и подробно рассмотрена, что связано с тем, что ей не уделяется должного внимания со стороны государства. Важно

проанализировать основные компоненты механизма реализации молодежной политики в Краснодарском крае:

- основополагающие цели управления;
- объекты и субъекты управления региональной молодежной политики;
- факторы управления;
- методы воздействия на факторы управленческого механизма;
- ресурсы управления (материально-технические, финансовые, социальные, институциональные и другие ресурсы, при использовании которых реализуется достижение поставленной цели).

Суть стратегии государственной молодежной политики заключается в том, что она в первую очередь направлена на адаптацию к изменениям, происходящим в жизни нашего общества и государства в целом. Ключевыми изменениями является переход к самоорганизации современного молодежного общества.

Тем не менее, существующая система образования и воспитания, а также государственная молодежная политика и общественные организации, не в полной мере обеспечивают целевое и качественное формирование самостоятельной, целеустремленной, активной и ответственной молодежи в условиях переходного периода развития страны. Этот социальный слой не обладает достаточной самостоятельностью и не готов к жизни в динамично развивающемся самоорганизованном обществе. В связи с этим необходимо активно развивать молодежную политику, поддерживать молодые семьи и специалистов, а также обеспечивать их рабочими местами и социальным пакетом для семей с детьми.

В Краснодарском крае реализация государственной молодежной политики предполагает согласованные действия как государственных и муниципальных структур, так и общественных движений, а также частные инициативы отдельных граждан. Основная цель молодежной политики региона заключается в динамичном развитии и раскрытии потенциала молодежи в интересах региона и, соответственно, всего государства. Для достижения этой цели необходимо решить ключевые задачи по приоритетным направлениям государственной молодежной политики, таким как:

- гражданское и патриотическое воспитание, творческое, интеллектуальное и духовно-нравственное развитие молодежи Кубани;
- профилактика безнадзорности, правонарушений и экстремистской деятельности в молодежной среде;
- формирование здорового образа жизни молодежи Краснодарского края;
- социальное обслуживание молодежи, содействие экономической самостоятельности молодых граждан, вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность, организация трудового воспитания, профессионального самоопределения и занятости молодежи.

Достижение поставленных целей возможно через реализацию ряда ключевых задач.

Первая задача заключается в вовлечении молодежи в социальную

практику и информировании её о возможностях саморазвития, а также в поддержке научной, творческой и предпринимательской активности молодежного сегмента. Эту задачу можно решить за счет:

- создания систем информирования и программ социального просвещения в различных сферах жизни молодежи;
- модернизации материально-технической базы учреждений, работающих с молодежью, расширения их сети и совершенствования подготовки специалистов по вопросам молодежи;
- предоставления консультационной поддержки молодежи;
- разработки эффективных моделей и форм вовлечения молодежи в трудовую и экономическую деятельность.

Вторая задача – формирование единой системы поддержки, основанной на лидерских качествах и инициативах талантливой молодежи. Эта система включает:

- увеличение числа молодых людей, участвующих в конкурсах и мероприятиях;
- развитие интернатов для талантливой молодежи, проведение летних научных лагерей и школ, а также исследовательских экспедиций с участием ведущих учебных заведений;
- повышение общественного статуса лауреатов премий и их наставников, активная пропаганда достижений талантливых молодых людей как в России, так и за её пределами.

Третья задача – это гражданское образование и патриотическое воспитание молодежи. Для ее решения применяются следующие механизмы:

- развитие волонтерского движения среди молодежи;
- поддержка всех моделей молодежного самоуправления и самоорганизации в учебных, студенческих и трудовых коллективах по месту жительства;
- содействие программам формирования единой российской гражданской нации, поддержание национально-государственной идентичности, воспитание толерантности к представителям различных этносов и межнациональному сотрудничеству;
- стимулирование интереса молодежи к историческому и культурному наследию России.

Современной молодежи Краснодарского края следует придавать важность защите окружающей среды и развивать систему туризма в регионе. Это включает в себя межрегиональные молодежные обмены для обмена опытом и более тесного общения вне привычных условий, а также поддержку участия молодежи в экопроектах различных организаций. Кроме того, особое внимание необходимо уделять деятельности, связанной с реставрацией исторических памятников культуры.

Эффективная реализация программ и инициатив, направленных на поддержку молодежи, способствует не только улучшению качества жизни молодежи, но и развитию всего региона. Важно продолжать работу в этом направлении, учитывая потребности и интересы молодежи, а также активно

вовлекать ее в процесс формирования и реализации молодежной политики. Рекомендации по улучшению молодежной политики могут включать расширение программ поддержки, активизацию участия молодежи в общественной жизни и улучшение механизмов оценки эффективности реализуемых инициатив.

Список использованных источников и литературы:

[1] Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 №2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Собрание законодательства Российской Федерации. 15.12.2014. №50. Ст. 7185.

[2] Российская Федерация. Законы. О молодежной политике в Российской Федерации: Федеральный закон №489-ФЗ от 30 декабря 2020 года: принят Государственной Думой 23 декабря 2020 года: одобрен Советом Федерации 25 декабря 2020 года. М.: Собрание законодательства Российской Федерации. 2021 г. №1. Ст. 28 (Часть I). 7 с.

[3] Стратегия развития молодежи Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]// URL:[fadm.gov.ru>documents/download/450/](http://fadm.gov.ru/documents/download/450/)

[4] Андриюшина Е.В. Государственная молодежная политика в российском обществе: этапы, основные направления, показатели результативности // Государственное управление. Электронный вестник. 2018. №67. С. 269-281.

[5] Государственная молодежная политика: национальные проекты 2019–2024 гг. в социальном развитии молодежи [Электронный ресурс] // Материалы Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 20–21 апреля 2020 года). Режим доступа: <https://itdperspectiva.page.link/MolPol2020> (дата обращения: 29.04.2024).

[6] Экономика и управление в условиях современной России // Материалы IX научно-практической конференции (Краснодар 2024) // Рябова Д.А., Орехова М.С. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ. С. 221-224.

© Д.А. Рябова, 2024