

жают набирать популярность, предлагая уникальные возможности для вовлечения. Туристические организации могут рассмотреть возможность включения аудиоконтента, будь то рассказы о путешествиях, подкасты или интерактивные дискуссии, чтобы установить связь с аудиторией в увлекательной форме [3].

Внедрение вышеперечисленных инструментов поможет решить текущие задачи маркетинга, откроет новые возможности для туристического бизнеса, такие как создание уникальных пользовательских путешествий и повышение эффективности маркетинговых кампаний, делая каждое взаимодействие с клиентом максимально персонализированным и эффективным. К основным тенденциям, которые будут определять маркетинг в 2024 году в сфере туризма относятся следующие: использование искусственного интеллекта, короткометражные видео, чат-боты становятся собеседниками, микромоментный маркетинг, гиперперсонализация, всплеск социальной коммерции, расцвет социального аудио.

ЛИТЕРАТУРА

1. Искусственный Интеллект для маркетинга в туристическом бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/62561/1/ttt_2018_01.pdf. – Дата доступа: 24.04.2024.
2. Чат-боты для туристического бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spb78.medium.com/чат-боты-для-туристического-бизнеса-894acebbedbc>. – Дата доступа: 24.04.2024.
3. 10 Trending Marketing Strategies for Tourism in 2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.linkedin.com/pulse/10-trending-marketing-strategies-tourism-2024-wtasc/>. – Дата доступа: 24.04.2024.

УДК 646.6

ЯПОНСКАЯ МОДЕЛЬ ДИЗАЙНА

*К. А. Кривко, студент группы 10504223 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И. Е. Ругалева*

Резюме – в статье мы познакомимся с основными характеристиками модели японского дизайна, его историей, принципами и значимостью в мировой культуре и искусстве.

Resume – in the article we will get acquainted with the main characteristics of the Japanese design model, its history, principles and significance in world culture and art.

Введение. Модель японского дизайна представляет собой уникальный и влиятельный стиль, который вдохновлен японской культурой, традициями и философией. Японский дизайн отличается минимализмом, функциональностью, гармонией и простотой, подчеркивая важность деталей и

баланса. Он воплощает принципы эстетики, внимание к деталям, а также стремление к совершенству и гармонии.

Основная часть. Характерный стиль в сфере интерьера берет свое начало в XVI–XVII веках. В то время количество обеспеченных семей только росло, но национальная философия направляла внимание людей на другие ценности: красоту, изысканность, простоту, первозданность мира.

Важным фактором являлось и расположение Японии. Япония – государство, которое находится на острове, частые землетрясения для жителей которого не являлись новинкой. Природные условия очень сильно повлияли на дизайн и архитектуру в Японии, поэтому лучшим решением для строительства являются легкие модульные дома, которые даже после землетрясения было достаточно нетрудно вновь собрать.

Ни для кого не секрет, что Япония славится своим уникальным подходом к оформлению и упаковке своей продукции, которая запоминается своей яркостью и красочностью, но в то же время сдержанностью и простотой. Каждая упаковка – это что-то милое, это новые ощущения, максимальное внимание к деталям, вдохновение природой.

Японский дизайн уникален и самобытен. Японский стиль включает в себя чистоту и самобытность. Основные особенности японского графического дизайна являются мазки кистью, геометрия, а именно применение различных фигур, необычные и запоминающиеся шрифты, а так же, как и всегда, природа и минимализм. Японские дизайн-проекты считаются одними из самых ярких и запоминающихся.

Заключение. Модель японского дизайна включает в себя различные аспекты, такие как, архитектура, графический дизайн, дизайн продуктов и моды. Он оказывает значительное влияние на мировую дизайн-индустрию, а его принципы применяются в различных областях, от домашнего оформления до создания инновационных технологических продуктов.

Концепция дизайна японского стиля также состоит из определенных принципов.

Принцип «wabi-sabi». Данный принцип подразумевает под собой принятие недостатков и простоты, характеризует возможность принимать Прекрасное в таком виде, в каком они есть, без каких-либо излишеств.

Принцип «ma». Этот же принцип предлагает паузу во времени для того, чтобы позволить увидеть и прочувствовать момент вдохновения, который присутствовал во время создания произведения автором.

Принцип «yugen». Данный принцип подразумевает прелесть недосказанности, которую могут прочувствовать лишь человек с определенным вкусом и душевным покоем.

Принцип «shibui». Принцип «shibui» подразумевает под собой определенные объекты искусства, смысл которых можно едва уловить и понять, но в то же время, когда вещи сами говорят за себя, но не кричат.

Эти концепции играют важную роль в формировании уникального стиля японского дизайна. Японский дизайн – это смелость решений, креативность и самобытность, оригинальность и чистота, простота и аккуратность.

ЛИТЕРАТУРА

1. 6 особенностей японского дизайна [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.ucraft.ru/blog/osobennosti-yaponskogo-dizayna#> – Дата доступа: 02.12.2023
2. От фуруошики до кавай: японский дизайн в упаковке [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://vc.ru/design/330087-ot-furoshiki-do-kavay-yaponskiy-dizayn-v-upakovke>. – Дата доступа: 06.12.2023.

УДК 338.26

МАРКЕТПЛЕЙС «ПОД КЛЮЧ»

*А. В. Куделко, студентка группы 10502121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель С. Д. Белоус*

Резюме – в статье рассматривается маркетплейс, как торговая площадка (онлайн-платформа) для продажи и покупки товаров и услуг посредством интернет.

Resume – the article examines the marketplace as a trading platform (online platform) for the sale and purchase of goods and services via the Internet.

Введение. Существует множество способов поднятия продаж и увеличения потоков клиентов. Каждый продавец ищет для себя наиболее подходящий. Сегодня все большую популярность набирает виртуальная торговая площадка маркетплейс.

Основная часть. Маркетплейс (торговая площадка) – это оптимизированная виртуальная платформа для продажи и покупки товаров и услуг. Один и тот же товар может быть представлен несколькими продавцами, но за разную стоимость и разного качества, а покупатели выбирают наилучший вариант для себя.

Маркетплейсы являются информационными посредниками, которые предоставляют доступ к информации о товаре онлайн-пользователю и имеют определенные задачи: выведение товара на онлайн-платформу; поднятие рейтинга товара; увеличение продаж; создание удобной поисковой системы; привлечение целевой аудитории.

Основных маркетплейса, которые стремительно развиваются – это Wildberries и OZON.

Виды маркетплейсов по типу продукции: продажа товаров; продажа услуг; продажа информации и нематериальных благ; инвестиционные и финансовые биржи.