

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](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.