

Анализ представленности потребностей по факультетам позволяет делать выводы о возможных проблемах, связанных с удовлетворением тех или иных потребностей студентов на разных факультетах. Так, высокие показатели актуальности потребности в коммуникации продемонстрировали студенты психологического и филологического факультетов, а потребность в престижном образовании доминирует у студентов социологического факультета.

Результаты проведенного исследования не претендуют на репрезентативность ввиду малого объема выборки. Однако исследование показало перспективность применения методики А. Маслоу для изучения образовательных потребностей студентов.

УДК 004.65

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В. И. Борисов¹

Научный руководитель: А. В. Мантуленко, старший преподаватель

Ключевые слова: Big Data, нейронные сети, NoSql, розничная торговля

Сегодня, один из самых острых вопросов в розничной торговле – это обработка большого количества разнообразных структурированных и неструктурированных данных. От того, насколько быстро и качественно их смогут обработать, зависит конкурентоспособность и будущее предприятия. Для этого нужны новые решения, такие как Big Data. Так, например, использование технологий Big Data в маркетинге позволяет узнать своих потребителей и привлекать новую целевую аудиторию, оценить удовлетворённость клиентов, применять новые способы увеличения лояльности клиентов и реализовывать проекты, которые будут пользоваться спросом.

Целью данного исследования является применение технологии Big Data для увеличения объема продаж в розничной торговле. Для достижения цели было принято решение о создании базы данных розничного магазина с помощью технологии NoSql и последующем использовании этой базы для построения математической модели, основанной на нейронных сетях. Одна из важнейших целей модели – узнать прогнозные значения объема реализации каждого товара. Значение объема реализации зависит от множества факторов, таких как сезонность, качество товара, его натуральность, красочность упаковки, расположение внутри торгового зала. Если принять каждый фактор за I , а объем реализации за q получим многомерную функ-

¹ Владимир Игоревич Борисов, студент группы 7453-380305D, email: bor-mail2704@gmail.com

цию от множества показателей I. Для построения модели требуется выполнить следующий алгоритм: для каждого товара выделить факторы, оказывающие максимальное влияние на объем реализации; построить нейронную сеть; обучить нейронную сеть; спрогнозировать значения факторов на будущий период; подать спрогнозированные значения факторов на вход сети; получить на выходе прогнозное значение объема реализации; оценить значение с точки зрения опыта и здравого смысла; принять верное управленческое решение; по окончании периода сравнить спрогнозированное значение с реальным и переобучить сеть.

Таким образом, были найдены характеристики товаров, сильнее всего влияющие на объем реализации, была внедрена база данных в NoSql, построена модель. Полученные данные были использованы для тестирования и прогноза объема реализации на примере торговой сети «Пятерочка».

УДК 141

О СТАТУСЕ ВЕЩИ В ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ОНТОЛОГИИ Г. ХАРМАНА

А. С. Бородулин¹

Научный руководитель: А. С. Костомаров, к. филос. н., доцент

Ключевые слова: спекулятивный реализм, четвероякий объект, замещающая причинность, акторно-сетевая теория

Длительное время в философии доминировала «человеческая точка зрения» на мир. Объектно-ориентированная философия утверждает аналогю отношений между человеком и предметом с отношениями между предметом и предметом.

По Г. Харману существующие точки зрения на природу и сущность объекта либо «подрывают» объект, либо «надрывают» его. Все объекты он дифференцирует на два вида: чувственные и реальные.

Чувственные объекты существуют в отношении с другими чувственными объектами и обладают динамичными акцидентальными качествами, но они не делают его тем, что он есть.

Замещающая причинность представляется в виде третьего поля, в котором частично присутствуют объекты и которое вынуждает их вступать во взаимодействие через опосредование этого поля.

Интенциональность рассматривается Г. Харманом как форма поглощенности объектом, что обозначается понятием «искренность». Она преобразует отношение с чувственно воспринимаемым объектом в непосредственный контакт с реальным объектом. Восприятие формируется когда

¹ Алексей Сергеевич Бородулин, студент группы 5302-450302D, email: alekseysb35@gmail.com