Большие данные как инновационный инструмент развития международного туризма

Солодовникова Т. И., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. ст. преп. Туровец А. М., магистр эк. наук

Возникновение в 2008–2009 гг. «Интернета вещей» — мира подключенных к глобальной сети Интернет устройств, количество которых на сегодняшний день превышает население земли в 2 раза (14,4 млрд устройств) — стало главной причиной неимоверного роста объемов мировой информации, уровень которого в 2012 г. достиг 2,8 зеттабайта. Согласно прогнозу компании «IDC» в период 2013–2020 гг. объемы данных увеличатся в десятикратном размере и составят 44 зеттабайт. Совокупный объем мировых данных, характеризующийся высокой скоростью обновления, неструктурированностью и разнообразием входной информации, и есть понятие больших данных (Big Data).

Большие данные кардинально изменили парадигму сбора, хранения, обработки и анализа данных. Традиционные методы сбора прошлых и текущих статистических данных: анкетирование, опросы, наблюдения и т. д. — давно отошли в прошлое. Реляционные базы, в которых производилась выборка, группировка и сравнение собранных данных, а также формирование цепочки логических построений и выводов, устарели. С течением времени подобные методы и технологии сбора и анализа данных доказали свою контрэффективность в связи с ограниченностью объема, структуры и масштаба анализируемых данных, что приводит к неточности результатов, запаздыванию информации, следовательно, к потери ее актуальности, а также к ошибочным прогнозным значениям.

Неупорядоченность, разнообразность и широкий разброс источников Big Data вынуждают создавать особые подходы и технические решения для преобразования данных в полезную информацию. Для сбора и анализа больших данных используются разнообразные классы алгоритмов и методов: краудсорсинг, Data Mining, смешение и интеграция данных, имитационное моделирование и др. Технологии больших данных спроектированы таким образом, чтобы со временем улучшаться за счет отслеживания полезных сигналов и моделей по мере поступления новых данных. Технологии Big Data формируют бóльшую точность результатов и прогнозных значений, эффективно применяемых на макроуровне, и нацелены на поиск корреляций, скрытых зависимостей между данными, благодаря чему открываются бесценные знания, зарождаются новые идеи.

Сфера международного туризма, в которой количество путешествующих начиная с 1995 г. выросло более чем в 2 раза и в 2013 г. составило

1087 млн чел., характеризуется быстроменяющимися потребительскими предпочтениями. Активная борьба за каждого клиента, стремление удовлетворить всевозрастающие потребности потребителей приводят к необходимости персонализации туристических услуг, основные задачи которой заключаются в выявлении целевой аудитории и анализе ее интересов, установлении индивидуального подхода и тесной взаимосвязи с каждым клиентом, понимании его потребностей. В современном мире инновационным инструментом развития персонализированного международного туризма становятся технологий Big Data.

На сегодняшний день настоящим царством огромнейших массивов данных являются социальные сети, предоставляющие ценную информацию о каждом потенциальном клиенте. К примеру, пользователи самой крупной социальной сети в мире Facebook (более 1,32 млрд чел.) 3 млрд раз в день нажимают кнопку «Нравится»; ежечасно 4,5 млн человек получают приглашение на какое-либо мероприятие. Каждый пользователь оставляет за собой цифровой след, с помощью которого компании изучают не только предпочтения пользователей, но и их поведение. В настоящий момент эффективным средством в области анализа контента соцсетей является сервис Featured Results от компании Amadeus. Сервис, анализируя информацию из различных баз данных, в том числе соцсетей, предлагает наилучшие маршруты путешествий, которые соответствуют запросам потребителей на 94%.

Эффективным способом сбора данных о поведении туриста является специально разработанные мобильные приложения на основе глобальной системы позиционирования. Подобные системы способны собирать и впоследствии анализировать информацию о наиболее популярных туристических маршрутах определенной страны, излюбленных местах времяпровождения, времени, затраченном на обзор памятника архитектуры, и др. Проактивный анализ таких данных позволяет улучшить инфраструктуру на определенных туристических маршрутах города, создать новые условия трансфера, разработать единые туристические платформы с более разнообразным и понятным функционалом, которые охватывают весь процесс организации путешествия. Технологии Big Data предоставляют различным компаниям международного туризма возможность досконально изучить и понять своего клиента, кастомизировать конкретную услугу под конкретного потребителя, установить с ним тесную взаимосвязь посредством прогрессивных целенаправленных маркетинговых инструментов.

Проведя полноценный анализ состояния сферы международного туризма, следует отметить, что в ближайшие годы безусловным двигателем развития туристической сферы станут технологии Big Data, в результате которых основными преобразованиями туристической отрасли станут точное соответствие потребностям клиента, более высокая ценность пред-

ложений участников, а также персонализированный профиль услуг, что в совокупности значительно повысит уровень обслуживания сферы международного туризма.

Тенденции и перспективы литовско-белорусского сотрудничества в сфере развития транспортно-логистической системы

Турчак М. А., студ. V к. БГУ,
науч. рук. Острога В. А., канд. ист. наук, доц.

Внедрение логистических подходов в управлении товародвижением и строительство новых транспортно-логистических центров приобрело большую актуальность на современном этапе развития экономики любой страны. Это связано с интенсификацией и расширением товарно-денежных отношений, с динамичным увеличением горизонтальных хозяйственных связей между предприятиями и организациями сопряженных отраслей.

В конституционном Законе Республики Беларусь «Об утверждении Основных направлений внутренней и внешней политики Республики Беларусь» (2005 г.) трансграничное сотрудничество названо основным направлением внешней политики республики.

Главный приоритет внешней политики Республики Беларусь — страны-соседи. Как неотъемлемая часть европейского континента и сторонница мира и прогресса Республика Беларусь последовательно воплощает в жизнь идею добрососедства. И хотя сотрудничество Беларуси и ЕС в области транспортно-логистической деятельности развивается не столь динамично, отмечается плодотворное партнерство белорусских общественных объединений автоперевозчиков, экспедиторов и предпринимателей с аналогичными европейскими объединениями (Европейской логистической ассоциацией — ELA, Международной федерацией экспедиторских ассоциаций — FIATA, Европейской ассоциацией по оказанию экспедиторских, транспортных, логистических и таможенных услуг — CLECAT) [1]. Беларусь также участвует в программах трансграничного сотрудничества ЕС «Польша — Украина — Беларусь», «Латвия — Литва — Беларусь» и «Регион Балтийского моря», а также тематических программах ТЕМПУС, «Эразмус Мундус», ТАЙЕКС и т. д. [2].

Нужно отметить, что в развитии ТЛС Беларусь в значительной степени опирается на опыт Литвы. Такие взаимные объективные интересы, как