

Будущее Big Data в туристической индустрии

Вострова Евгения Игоревна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра социологии управления, Москва, Россия

E-mail: ev.vostrova777@yandex.ru

Владение информацией и возможность высокой точности прогнозирования являются важными инструментами в реализации стратегий государственного масштаба. Данные стоят дорого, но мультипликативный эффект, который они позволяют получить, значительно дороже. В туристической индустрии использование технологий Big Data позволяет выстроить эффективную деятельность власти и бизнес-сообществ, совершенствовать и персонализировать тревел-услуги, развивать внутренний туризм.

Технологии Big Data позволяют повысить осведомленность граждан о проблемах устойчивого развития туристической отрасли, указать на будущие задачи и решения. Например, полезность самоорганизующихся карт Кохонена (нейронной сети, выполняющей задачи кластеризации и визуализации массивов данных) может быть полезна в принятии обоснованных управленческих решений в направлении устойчивого развития туризма [1].

Цель работы заключается в изучении применения технологий Big Data в российской индустрии туризма. Автором рассмотрен опыт государственных и коммерческих структур, определены будущие направления использования Big Data в туризме.

Развитие туристических территорий с использованием Big Data становится ключевым трендом в инвестиционной деятельности. С применением инструментов обработки больших массивов информации разрабатывается дизайн путешествий, персонализируются предложения в сфере туризма и гостиничного бизнеса, применяется компьютерное зрение для сегментации клиентской базы, распознавания жестов и биометрии, оптимизируется работа туроператоров посредством использования чат-ботов и многое другое.

В России сегодня применяются технологии Big Data для анализа туристических потоков, создаются аналитические инструменты с глубоким охватом данных и прогнозирования целевых показателей (например, панель «Туризм» на платформе «СберАналитика» позволяет оценить вклад отрасли в региональную экономику, определить приоритеты развития индустрии) [2]; разрабатывается цифровой профиль туриста с целью определения потребностей путешественников в определенном регионе, а также выявления их нереализованного спроса [3]; направляются силы на развитие цифровых сервисов [4]. Данные о моделях поведения туристов и локациях максимального сосредоточения людей могут быть применены в развитии регионального туризма [5].

С каждым днем общество погружается все больше в цифровую среду, в которой архитектуры больших объемов информации проникают и усиливают свое влияние во всех сферах жизнедеятельности. В туризме опыт внедрения технологий Big Data позволяет совершенствовать отрасль.

Источники и литература

- 1) Альмухамедова О.А. Применение нейросетевых систем искусственного интеллекта в достижении устойчивого развития туризма // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т.15. №3. С. 7–17. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-3-7-17.

- 2) SberPress. Сбер представил аналитический инструмент развития туризма. URL: <http://press.sber.ru/publications/sber-predstavil-analiticheskii-instrument-razvitiia-turizma> (дата обращения: 05.02.2022).
- 3) Ассоциация Больших Данных. В России создадут цифровой профиль туриста. URL: https://rubda.ru/association_news/v-rossii-sozdadut-cifrovoj-profil-turista/ (дата обращения: 05.02.2022).
- 4) Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/plan-deyatelnosti/natsionalnyu-proekt-turizm-i-industriya-gostepriimstva> (дата обращения: 05.02.2022).
- 5) Герасименко О.А. Геомаркетинговый анализ сферы туризма: возможности и ограничения // Вестник Национальной академии туризма. 2021. №1 (57). С.127-133.