

GBP/USD и RUB/USD за весь рассматриваемый период корреляционная динамика незначительна.

Для рассматриваемых временных рядов определены коэффициенты кросс-корреляции, которые характеризуют лаговую зависимость между. У валютных пар CHF/USD и JPY/USD лаги составили (–10), (–4), (0), (3) соответственно, между EUR/USD и JPY/USD – (–5), (–4), (0), (3), (10), где наблюдалось наибольшее количество временных лагов. Темпы изменения валютной пары GBP/USD определяются темпами изменения валютной пары CHF/USD в текущий момент времени (лаг равен 0). Между валютными парами GBP/USD и JPY/USD, CHF/USD и JPY/USD, RUB/USD и JPY/USD, EUR/USD и RUB/USD наблюдается временная задержка (–10).

Полученные результаты позволяют увидеть внутренние связи между валютными парами, проследить динамику корреляций и временную задержку.

А. О. Володченко, В. В. Комраков
(ГГТУ им. П. О. Сухого, Гомель)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ СЕМАНТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ТЕКСТОВЫХ ОТЗЫВОВ

Известно, что гостиничный бизнес является видом предпринимательской деятельности с очень высоким уровнем конкуренции. Кроме того, уровень предоставляемых услуг в целом по отрасли существенно влияет на привлекательность страны для массового посещения туристами и привлечения валюты в страну.

Для повышения качества гостиничных услуг менеджерам необходимо обрабатывать поступающие отзывы и формировать мероприятия по улучшению сервиса или же по устранению причин, доставивших клиентам неудобства. С другой стороны, при повышении уровня конкурентоспособности отеля вводятся новые мероприятия, о которых посетители отеля также могут оставлять свои впечатления, положительная динамика которых позволяет повысить репутацию отеля. Для облегчения работы менеджеров нужен алгоритм, который будет анализировать отзывы и предоставлять информацию о том, какие услуги были оказаны хорошо, а какие нуждаются в доработке.

Задачей анализа в данном исследовании является извлечение всей полезной информации из текста и представление ее пользователю в виде таблицы. В данном исследовании рассматривается анализ текстов оценочных отзывов на предприятии гостиничного типа.

В качестве обрабатываемых данных программе поступает текст, в котором человек оставил свое мнение о посещении отеля. Отзыв разделяется на предложения, рассматривая каждое из них в отдельности. Она просматривает каждое предложение, в котором ищет ключевые слова (комната, еда, бассейн и др.). Далее нужно найти слова, явно их характеризующие (чистая комната, вкусная еда, удобный бассейн и др.). В предложениях проводится поиск устойчивых выражений.

Результатом работы программы будет текстовый файл с таблицей, где в первой строке выводятся ключевые слова, а во второй все найденные в отзыве характеристики этих слов, анализируя которые, отель может устранить недостатки в предоставляемых услугах и повысить свой уровень конкурентоспособности на рынке оказания услуг.

Ю. В. Гапоненко, Г. Л. Карасёва
(ГГУ им. Ф. Скорины, Гомель)

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В современном обществе происходит быстрое распространение новых информационных технологий. Поэтому создание удобных приложений, которые направлены на широкую публику является актуальным вопросом. Такие приложения помогли бы перерабатывать информацию и выдавать ее в том виде, в каком удобно именно данному пользователю в данный момент времени.

Как показывает практика, любая информация должна передаваться не сухим сплошным текстом, а в удобном, красиво оформленном, приятном формате. Именно это необходимо для быстрого и удобного осваивания данными. Такой подход позволяет пользователю с удовольствием воспринимать информацию, а это залог лучшего и быстрого ее усваивания, и запоминания.

К рекламной продукции относятся и web-сайты. Полнота информации, удобство совершения заказов и минимум переживаний именно эти основные преимущества послужили широкому и прогрес-