

ЛДУФК ім.
Боберського
Кафедра інформатики
і кінезіології

Лектор: доцент Заневська Людмила
Георгіївна

Галузь знань: 24
Сфера обслуговування

Спеціалізація: 242 Туризм, магістри, 5
курс

*Дисципліна «Комп'ютерні
та інформаційні
технології»*

Тема. 5. Інформаційна
система і технології з
реалізації туристичних
послуг

Канал збуту – це сукупність фірм і окремих осіб, що приймають на себе або допомагають передати комусь іншому право власності на конкретний товар або послугу на їхньому шляху від виробника до споживача.

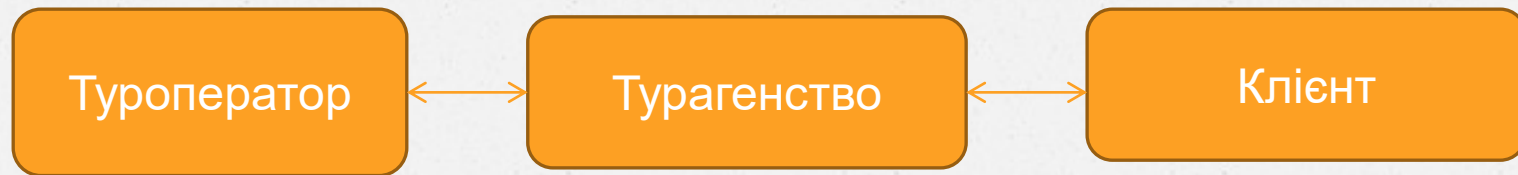
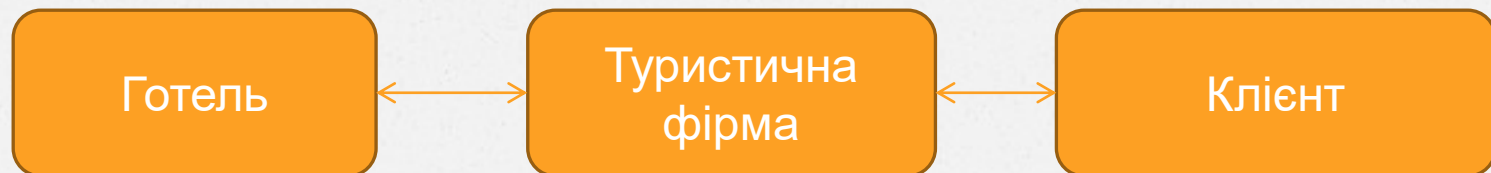
Існують такі форми організації каналів просування послуг:

- o пряма;
- o непряма;
- o змішана.

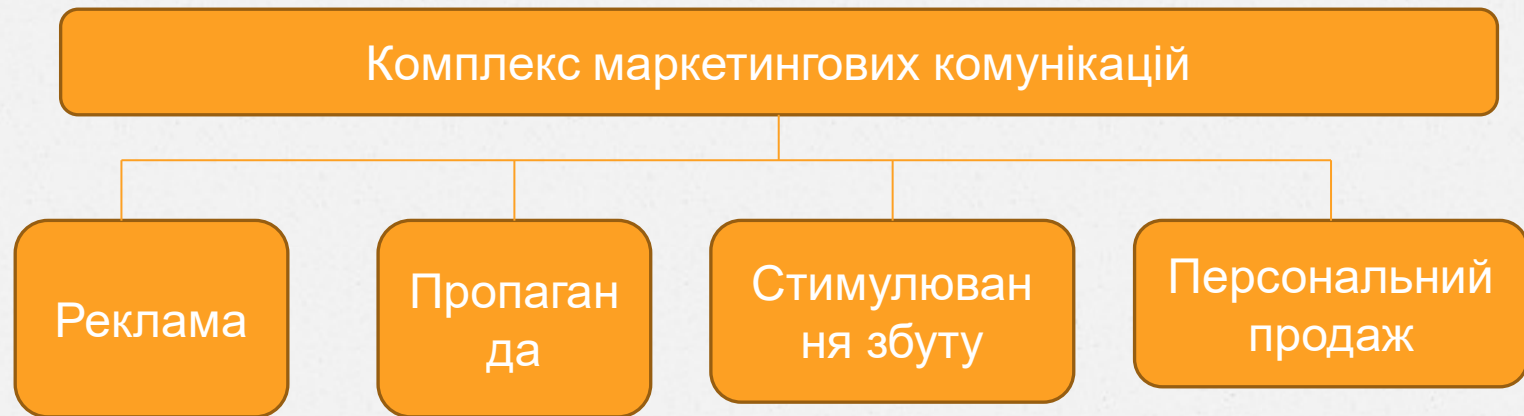
Пряма форма організації збуту



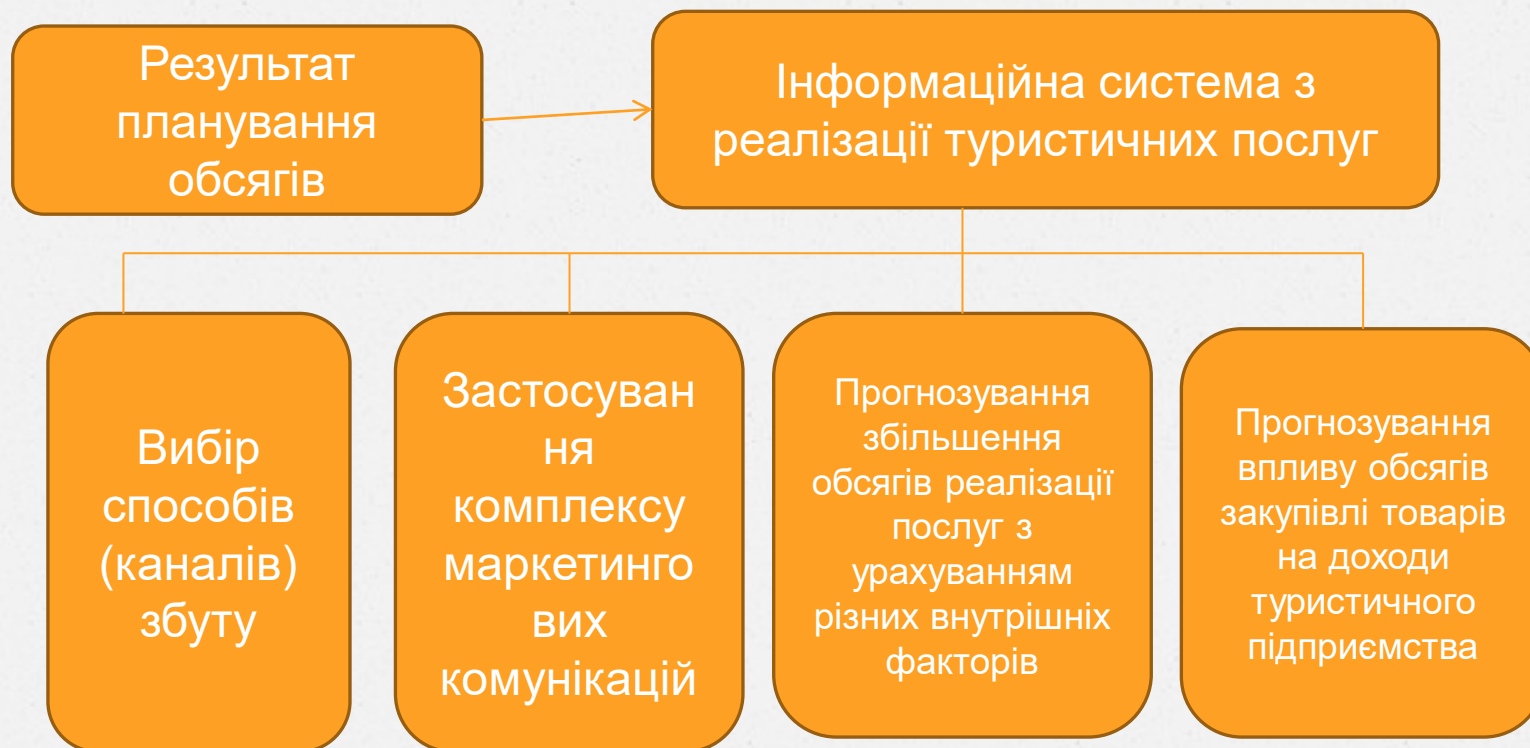
Непряма форма організації збуту



Засоби маркетингових комунікацій



Структура інформаційної системи з реалізації туристичних послуг



Процес прогнозування охоплює такі основні етапи:

1. Постановка проблеми маркетингових досліджень.
2. Вибір прогнозованого показника і відбір факторів, які визначають його рівень.
3. Вибір моделі прогнозування.
4. Збір статистичних даних.
5. Побудова моделі з використанням економіко-математичних методів.
6. Здійснення прогнозу на основі побудованої моделі.

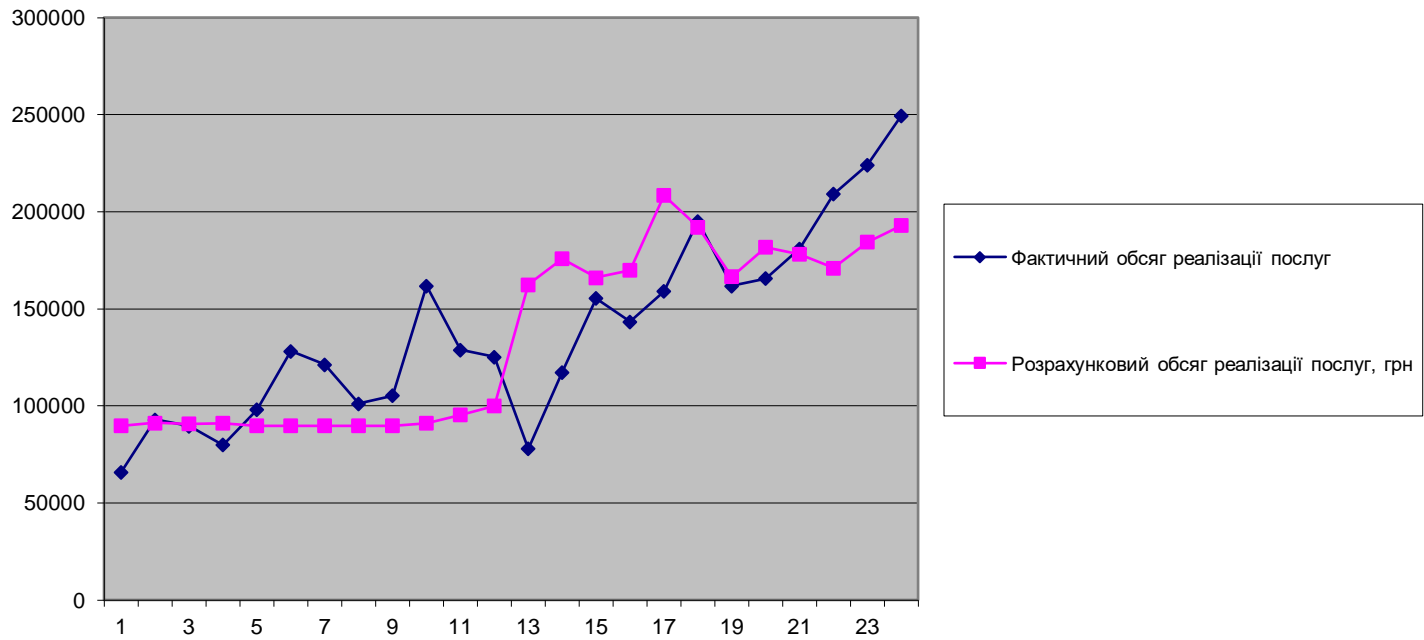
Приклад прогнозування та аналізу збільшення обсягів реалізації послуг залежно від цін на послуги та витрат на рекламу з використанням статистичних функцій

Рік	Місяць	Фактичний обсяг реалізації послуг, грн	Середня ціна за номер, грн	Витрати на рекламу, грн	Розрахунковий обсяг реалізації послуг, грн
2007	1	65972,3	235,2	60	89791,74
2007	2	93009,7	235,2	212	91256,07
2007	3	89679,5	235,2	160	90755,11
2007	4	79985,3	235,2	194	91082,66
2007	5	98088,4	235,2	58	89772,47
2007	6	128253	235,2	58	89772,47
2007	7	121324	235,2	70	89888,07
2007	8	101155	235,2	70	89888,07
2007	9	105248	235,2	70	89888,07
2007	10	161935	235,2	203	91169,37
2007	11	128859	235,2	651	95485,3
2007	12	125347	235,2	1120	100003,54
2008	1	77960	426,5	85	162559,13
2008	2	117378	426,5	1467	175873,02
2008	3	155423	426,5	454	166114
2008	4	143358	426,5	846	169890,44
2008	5	159014	426,5	4850	208464,09
2008	6	195196	426,5	3154	192125,2
2008	7	161856	426,5	507	166624,59
2008	8	165683	426,5	2082	181797,79
2008	9	180987	426,5	1702	178136,95
2008	10	209095	426,5	964	171027,22
2008	11	224085	426,5	2354	184418,18
2008	12	249604	426,5	3243	192982,61

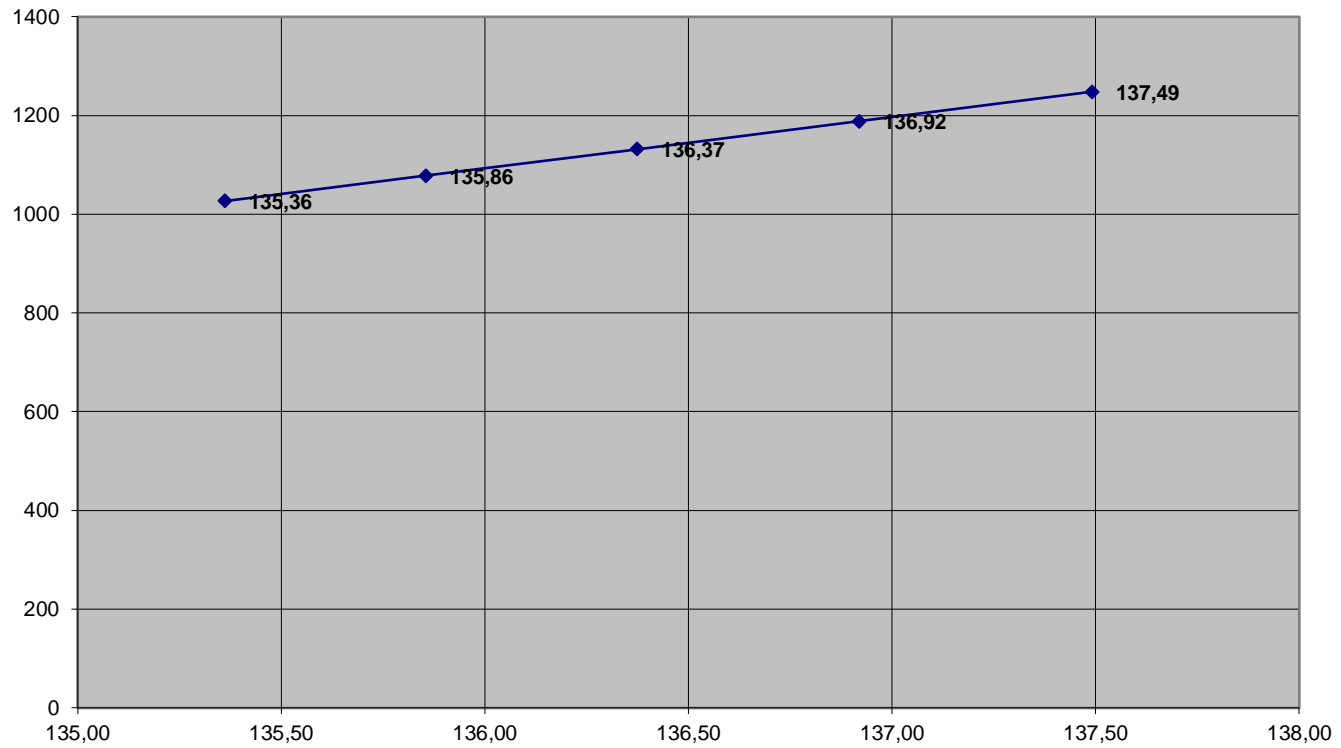
Середня ціна	330,85	Витрати на рекламу		1026,417	
Обсяги, тис. грн	135,4	131,8	138,3	145,3	152,5
Ціна, грн	330,85	347,3925	364,7621	383,0002	402,1502
Зміна ціни, %	0%	5%	10%	15%	20%
Обсяги, тис. грн	135,36	135,86	136,37	136,92	137,49
Витрати на рекламу, грн	1026,417	1077,738	1131,624	1188,206	1247,616
Зміна витрат на рекламу, %	0%	5%	10%	15%	20%

	Коефіцієнти кореляції		
	Y	X1	X2
Y		1	0,65
X1		0,65	1
X2		0,67	0,63
	Параметри регресії		
	A2	A1	
Коефіцієнт апроксимації		9,6	379,3
Середні квадратичні відхилення		7,0	33,1

Графік залежності обсягів реалізації послуг від цін на послуги та витрат на рекламу



Вплив зміни рекламних витрат на обсяги реалізації послуг



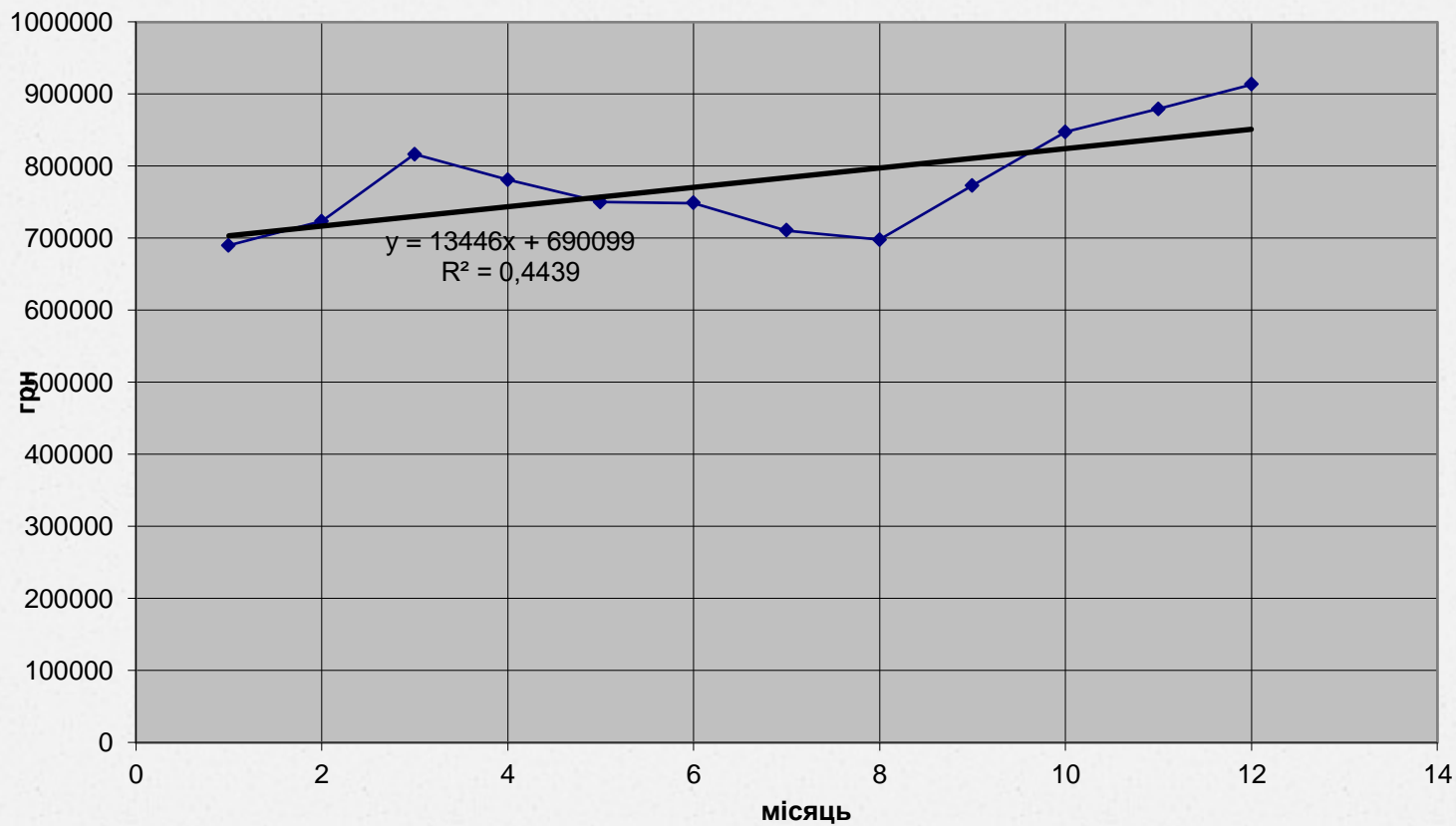
Приклад прогнозування впливу обсягів закупівлі товарів для номерного фонду на доходи готелю з використанням статистичних функцій

Статистичні дані для прогнозування доходів готелю з номерним фондом "100" взаємності від закупівлі товарів ВКП "TETRA-V"

Місяць	Дохід готелю, грн Y	Обсяг продажів товарів, грн			Прогнозний дохід готелю, грн
		мило готельне мл логотипом X1	20Шампунь з мл X2	10Миючі засоби X3	
Січень	205416	189,4	43,2	521,2	199733,32
Лютий	223117	278,8	145,2	600	205194,81
Березень	250443	878,8	886,4	291,7	241907,2
Квітень	247296	645,4	172,8	908	226601,89
Травень	235177	589,1	259,2	808,7	223538,08
Червень	212798	281,8	345,6	925,4	205908,55
Липень	176623	383	210,6	360,6	211391,66
Серпень	176074	326	105,8	583,3	207836,73
Вересень	227326	426	1382,4	1536,4	216970,95
Жовтень	252862	1106,4	1251,2	1926,9	256222,6
Листопад	241394	998,6	1555,2	2397,2	250773,35
Грудень	271137	1383	1728	2725,2	273583,85

		Коефіцієнти кореляції			
		Y	X1	X2	X3
Y		1	0,80	0,66	0,63
X1		0,80	1	0,80	0,76
X2		0,66	0,80	1	0,87
X3		0,63	0,76	0,87	1
		Параметри регресії			
		A3	A2	A1	A0
Коефіцієнти апроксимації		0,10	2,53	58,12	188563,71
Середні відхилення	квадратичні	15,81	21,92	28,12	12814,11

Прогноз доходу готелю з номерним фондом "380"



Статистичні дані для прогнозування доходів готелю з номерним фондом "190" взаємності від закупівлі товарів ВКП "TETRA-V"

Місяць	Дохід готелю, грн	Обсяг продажів товарів, грн				Прогнозний дохід готелю, грн
		мило логотипом	готельне 20 мл з	Шампунь 10 мл	Миючі засоби	
Y	X1	X2	X3			
Січень	379449	357,1	172,8	882,9	373696,61	
Лютий	412147	691,5	345,6	933,4	385454,3	
Березень	456723,4	756	388,8	1626,2	427229,8	
Квітень	453081,6	889,1	388,8	1322,2	412588,21	
Травень	432874	1481,8	432	1200,2	418858,81	
Червень	393390	1642,2	466,6	966,8	409197,54	
Липень	329369	790,3	622,1	1119,7	400843,43	
Серпень	328343	378	299,8	1067,7	385957,79	
Вересень	424067	691,5	1080	1058,8	399287,77	
Жовтень	467570	790,3	1296	1697,6	440246,99	
Листопад	446363	790,3	1382,4	1814,3	447757,77	
Грудень	497086	1481,8	1555,2	2766,6	519343,98	
Коефіцієнти кореляції						
Y	X1	X2	X3			
	1	0,41	0,58	0,72		
X1	0,41	1	0,26	0,36		
X2	0,58	0,26	1	0,77		
X3	0,72	0,36	0,77	1		
Параметри регресії						
A3	A2	A1	A0			
Коефіцієнти апроксимації	57,71	8,98	21,80	313406,63		
Середні квадратичні відхилення	37,75	40,47	32,23	39116,35		

Прогноз доходу готелю з номерним фондом "190"

