

Вуколова К.Д.

*Научный руководитель: к.т.н., доцент К.В. Макаров
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: v.kris95@mail.ru*

Разработка системы принятия решений для туристической фирмы

В настоящее время в сфере туризма одним из важнейших направлений деятельности является продвижение турпродукта на рынок и его реализация.

Успех любой фирмы на рынке зависит, в первую очередь, от привлекательности производимого продукта. Он образует большую часть маркетингового комплекса, на которой основываются все остальные элементы: цена, продвижение на рынке и реализация. Расхождение в восприятии туристского продукта между потребителями и производителями осложняют экономические исследования в сфере туризма [1].

Проблема состоит в том, что турпродукты не всегда соответствуют тем, что запрашивают покупатели. Зачастую, приобретая туры, покупатель в действительности получает перечень предоставленных услуг, в той или иной мере отличающихся от желаемого.

Для автоматизации поиска подходящего турпакета чаще всего используются различные информационные системы, способные благодаря быстрой сортировки информации в разы сократить время подбора тура. Наибольшую ценность представляют информационные системы, которые используют различные методы поиска, позволяющие персонализировать эту информацию и формировать рекомендации для пользователя в выборе тура [2].

Однако большинство систем основаны на методе фильтрации, что не всегда дает точный и положительный результат. Решением данной проблемы является применение систем поддержки принятия решений.

Целью работы является разработка системы поддержки принятия решений для туристической фирмы. Данная система предоставит возможность подобрать тур по критериям с максимальной точностью, автоматизировать ведение статистики по различным показателям и на ее основе прогнозирование востребованности туров. Внедрение разрабатываемой системы позволит повысить эффективность подбора тура, бронирование у туроператоров турпакетов, имеющих большой спрос, а также их реализацию и снизит вероятность ошибок, что в дальнейшем приведет к снижению коммерческих потерь.

Из учета анализа предметной области определены основные функции, которыми будет обладать система поддержки принятия решений для туристической фирмы:

1. Осуществление выбора критериев и оценка их относительной важности;
2. Генерация возможных туров;
3. Осуществление оценки туров и предоставление результатов в виде списка для выбора лучшего варианта, основанного на математическом методе анализа иерархий, что является главной отличительной чертой от фильтрации и исключает необходимость просмотра всех альтернатив;
4. Ведение статистики, реализованной в виде графиков;
5. Прогнозирование наиболее востребованных туров;
6. Обеспечение контактной информацией для связи с туристической фирмой и отправка сообщений сотрудникам.

Литература

1. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. - СПб.: Питер, 2007. - 480 с.
2. Рекомендующая система информационной поддержки принятия решений в области туризма. Электронный ресурс: <https://www.bygeo.ru/novosti/vse-ob-otdyhe-i-turizme/3062-rekomenduyuschaya-sistema-informacionnoy-podderzhki-prinyatiya-resheniy-v-oblasti-turizma-chast-1.html>.