

Raport - grupa K

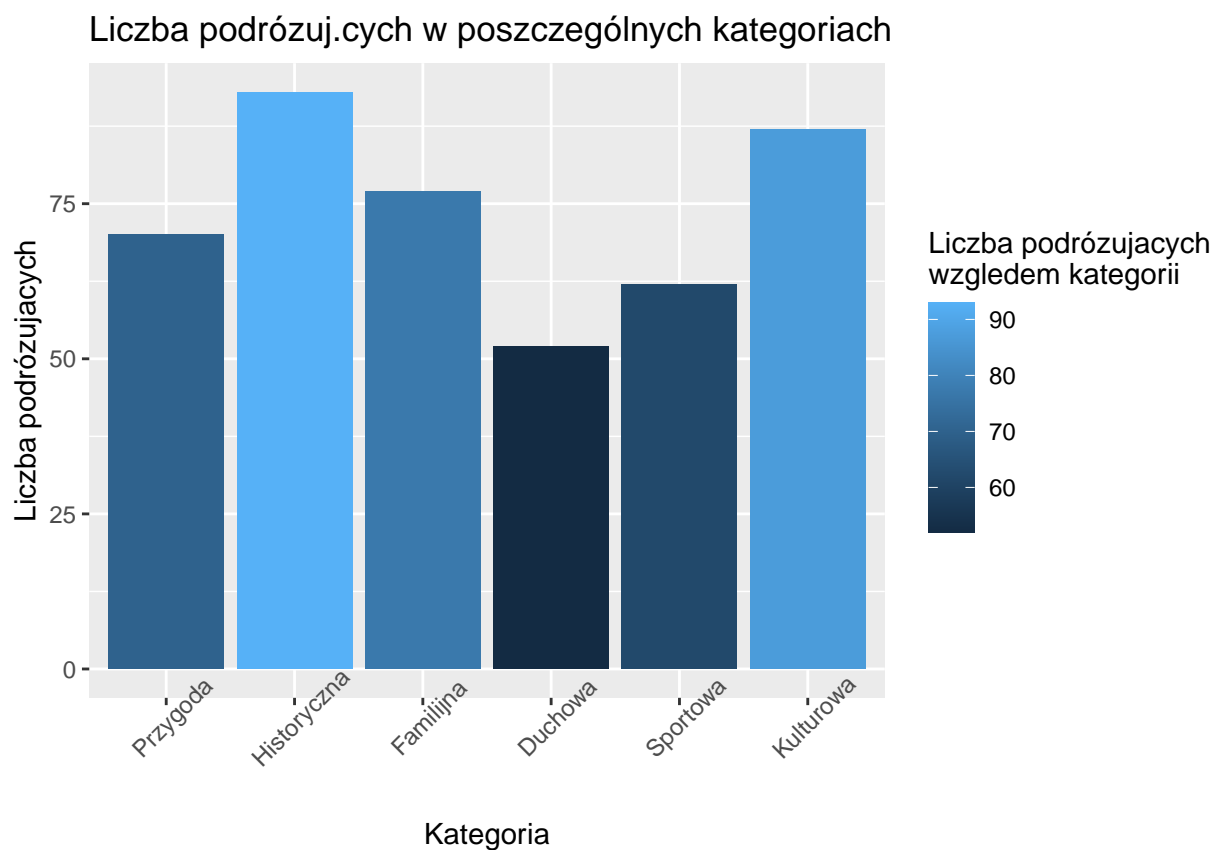
Tadeusz Jagniewski, Paweł Karwecki, Piotr Marciniak, Kacper Daniel, Konrad Mądry

2025-01-19

Spis treści

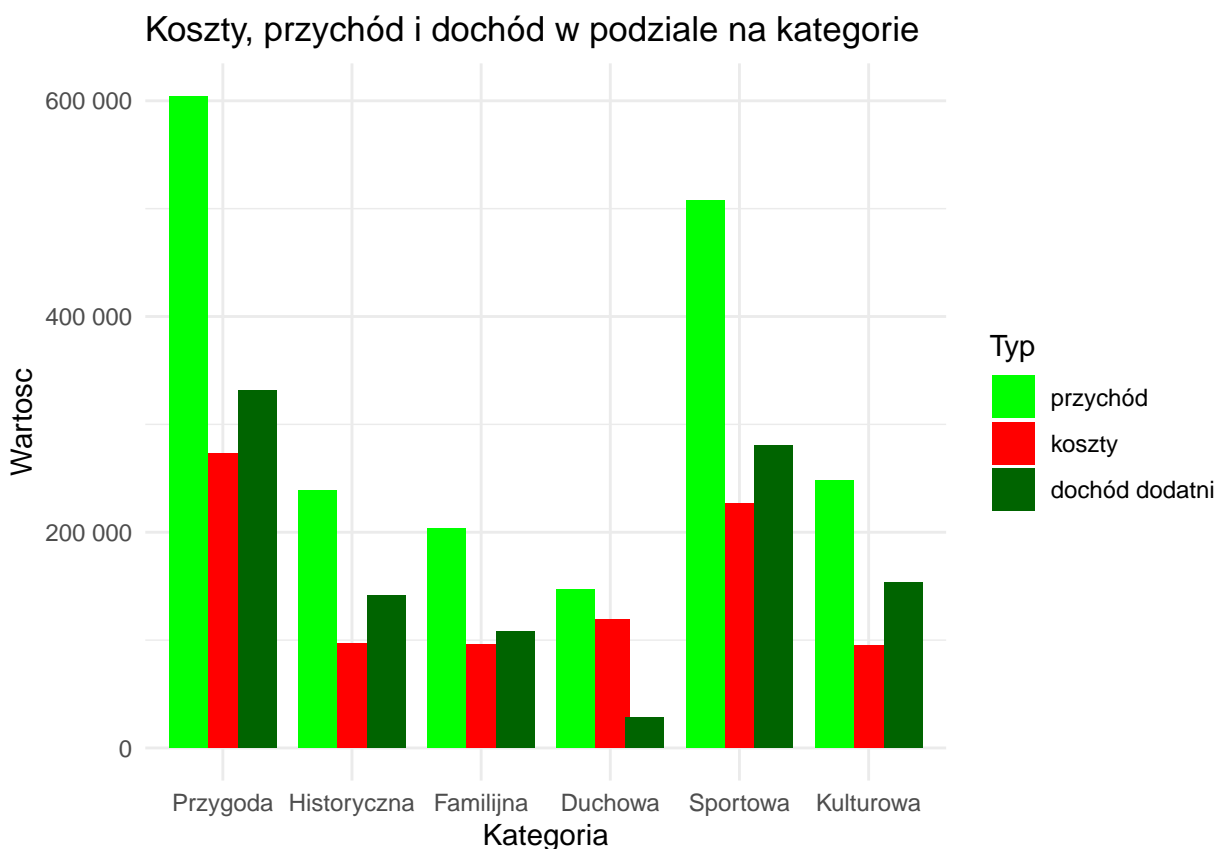
1	Znajdź najpopularniejsze rodzaje wycieczek, porównaj koszty i zyski, czy są opłacalne?	2
2	Sporządź wykres liczby obsługiwanych klientów w każdym miesiącu działalności firmy, czy firma rośnie, czy podupada?	4
3	Sprawdź, po których wycieczkach klienci wracają na kolejne, a po których mają dość i więcej ich nie widzicie. Czy są takie, które być może powinny zniknąć z oferty?	4
4	Sprawdź czy klient podał fałszywe dane.	5
4.1	Ile procent klientów podało prawdziwy adres?	5
4.2	Jaki procent klientów podało prawdziwy numer telefonu?	6
5	Który pracownik wyrobił największy przychód?	6
6	Która dzielnica Wrocławia generuje najlepszą sprzedaż?	7
7	Ile procent klientów płaci kartą, a ile gotówką?	8

1 Znajdź najpopularniejsze rodzaje wycieczek, porównaj koszty i zyski, czy są opłacalne?



Najpopularniejszą kategorią wycieczki jest Historyczna i wybrało ją 93 podróżujących.

Najmniej popularną kategorią wycieczki jest Duchowa i wybrało ją 52 podróżujących.



Do kategorii wycieczek dochodowych dla firmy należą Przygoda, Historyczna, Familijna, Duchowa, Sportowa, Kulturowa.

Do kategorii wycieczek niedochodowych dla firmy nie należą żadne kategorie wycieczek.

Najwyższy dochód przynosi kategoria Przygoda i wynosi on 331424.

Najmniejszy dochód przynosi kategoria Duchowa i wynosi on 28064.

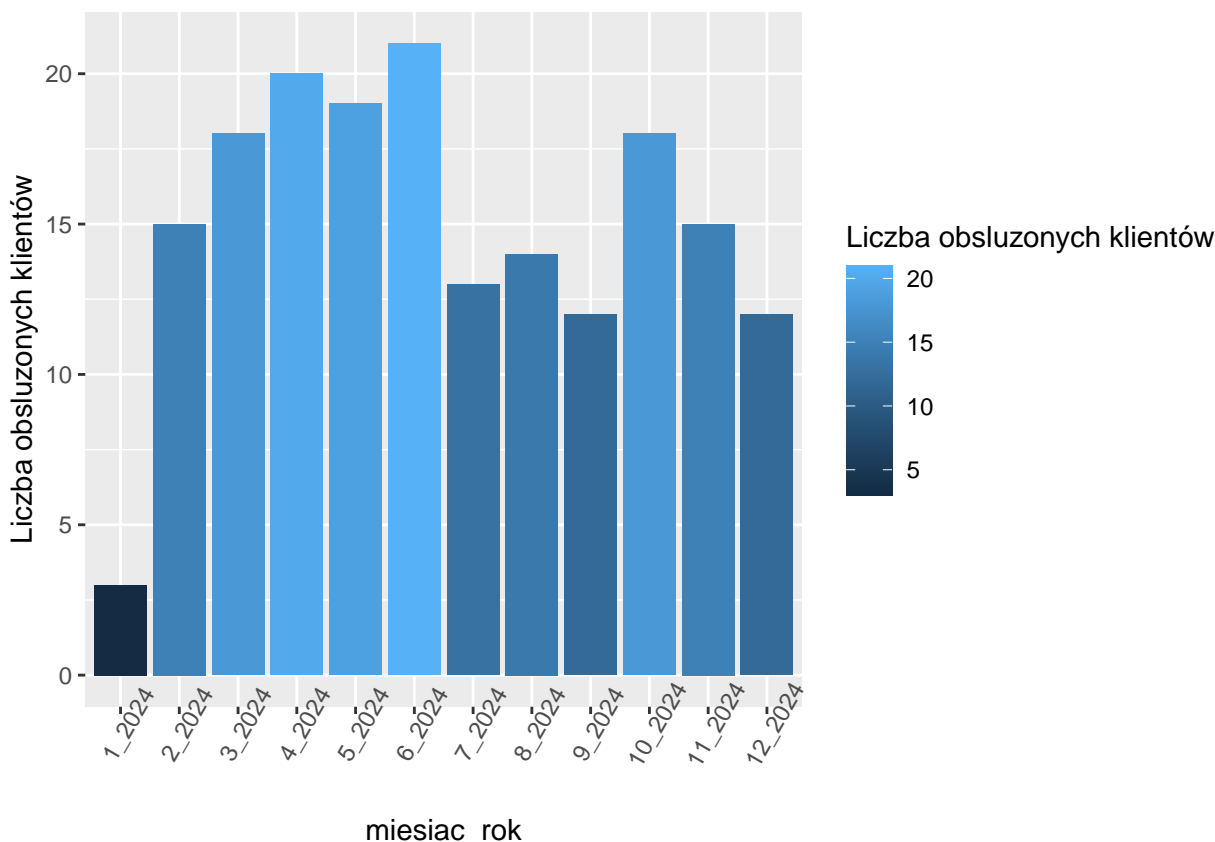
Najwyższy przychód posiada kategoria Przygoda i wynosi on 604428.

Najmniejszy przychód posiada kategoria Duchowa i wynosi on 146983.

Największe koszty odnosi kategoria Przygoda i wynoszą one 273004.

Najmniejsze koszty odnosi kategoria Kulturowa i wynoszą one 95163.

2 Sporządź wykres liczby obsłużonych klientów w każdym miesiącu działalności firmy, czy firma rośnie, czy podupada?



Firma najwięcej klientów obsłużyła 6_2024 i było ich 21.

Firma najmniej klientów obsłużyła 1_2024 i było ich 3.

Firma przez ostatnie 12 miesięcy wykazuje tendencję spadkową.

3 Sprawdź, po których wycieczkach klienci wracają na kolejne, a po których mają dość i więcej ich nie widzicie. Czy są takie, które być może powinny zniknąć z oferty?

Po tych wycieczkach klienci wracają:	ilość powrotów
Trekking na Kilimandżaro	5
Tajemnicze Zakątki Machu Picchu	3
Kosmiczna Przygoda w Centrum NASA	3
Raj w Parku Rozrywki Energylandia	3
Surfing na Plażach Australii	3
Podwodne Odkrycia w Rafie Koralowej	2
Podróż w Czasie - Odkrywanie Pompejów	2
Gotyckie Zamki Dolnego Śląska	2
Jurassic Park Live	2
Polowanie na Zorzę Polarną w Arktyce	1
Warsztaty Jogi w Himalajach	1

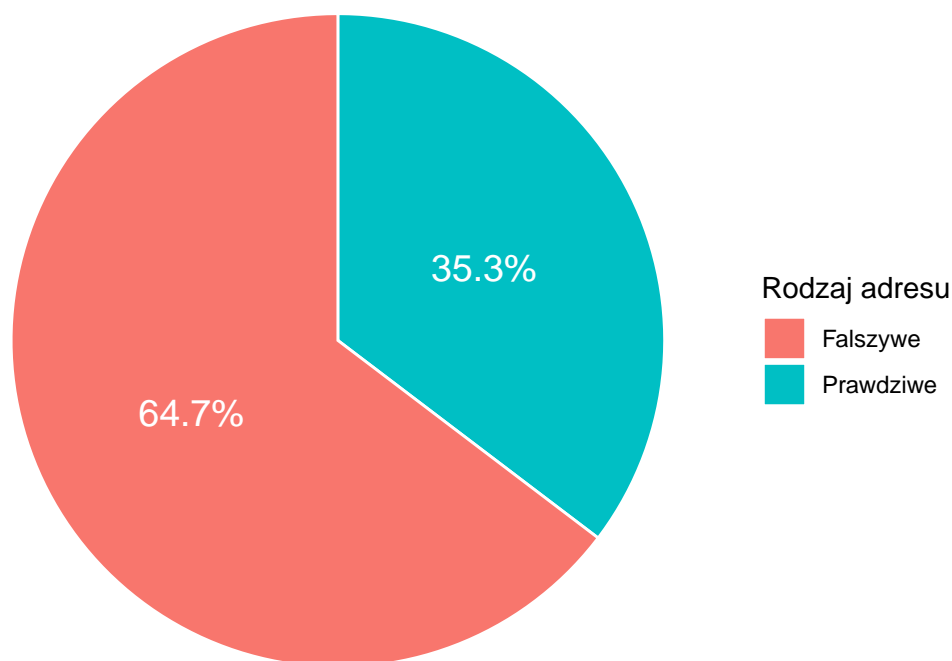
Po tych wycieczkach klienci wracają:	ilość powrotów
Wspinaczka na Ścianę Trolla w Norwegii	1
Koncerty w Operze Wiedeńskiej	1

Po tych wycieczkach klienci nie wracają:
Sanktuarium na Jasnej Górze
Rytuał w szamańskiej wiosce w Peru
Rowerem przez Holandię
Karnawał w Rio de Janeiro
Karnawał w Wenecji

4 Sprawdź czy klient podał fałszywe dane.

4.1 Ile procent klientów podało prawdziwy adres?

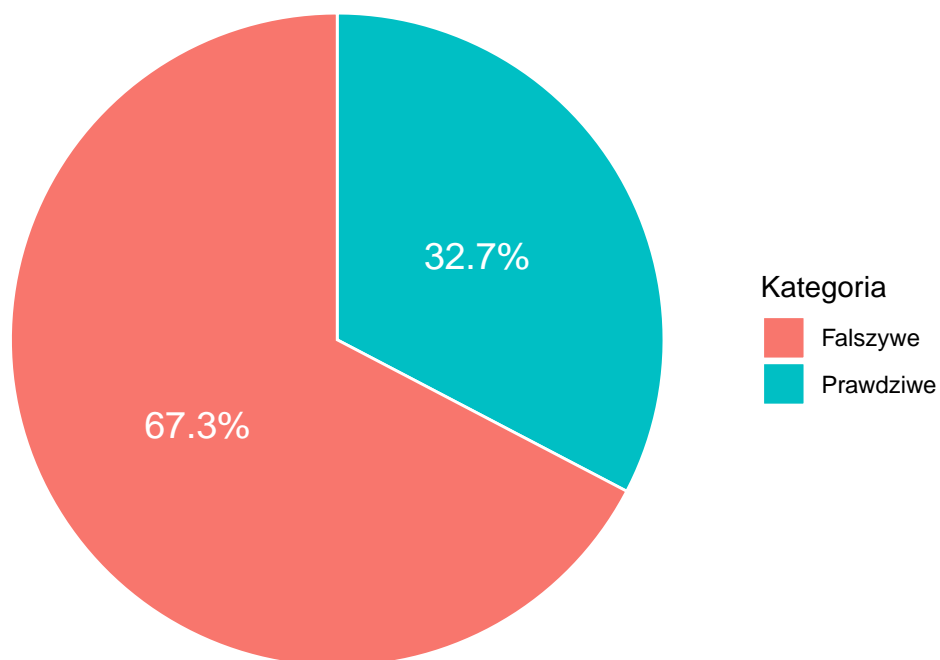
Prawdziwe i fałszywe adresy klientów



W bazie znajduje się 64.7% fałszywych adresów i 35.3% prawdziwych adresów.

4.2 Jaki procent klientów podało prawdziwy numer telefonu?

Procent fałszywych i prawidłowych numerów



W bazie znajduje się 67.3% fałszywych numerów i 32.7% prawdziwych numerów.

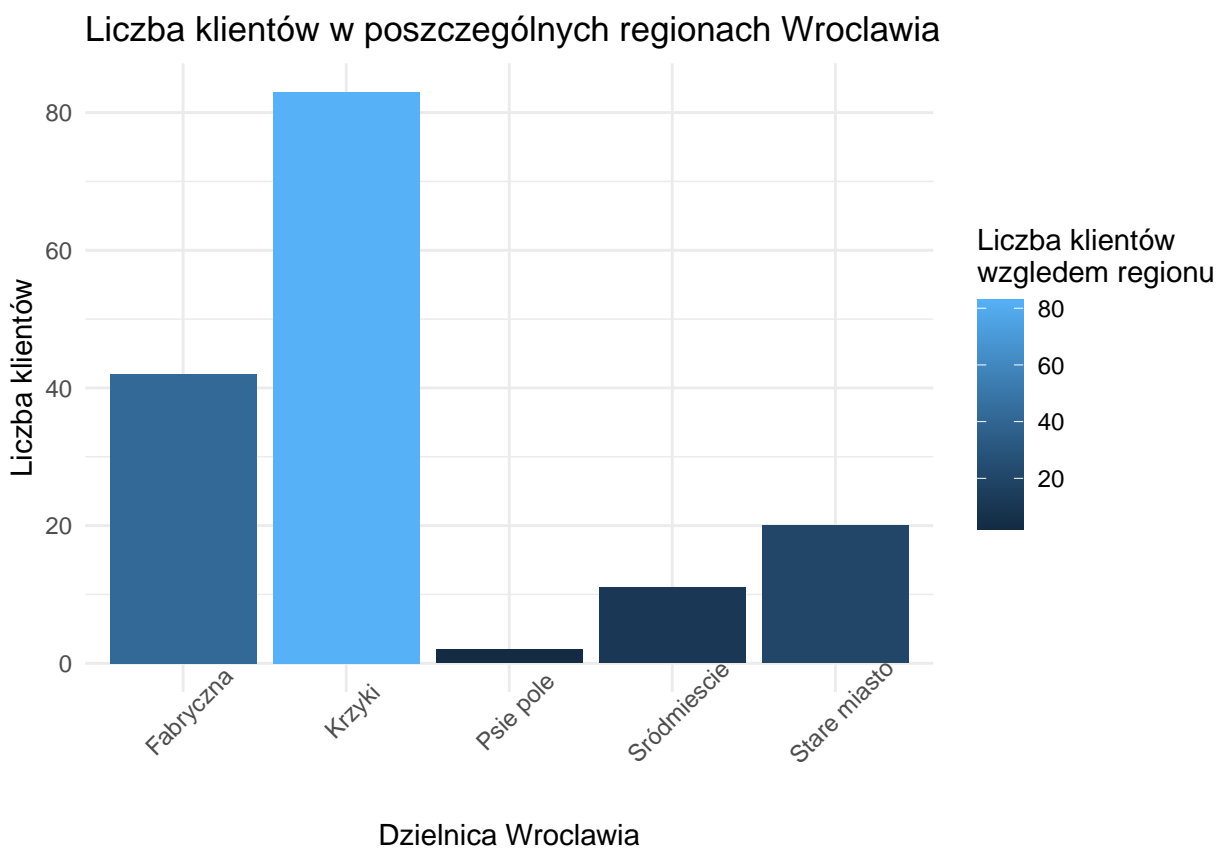
Należy wprowadzić ulepszony system uwierzytelniania.

5 Który pracownik wyrobił największy przychód?

W tabeli poniżej pracownicy zostali uszeregowani od największego do najmniejszego przychodu.

Imię	Nazwisko	Przychód pracownika
EWA	KRAWCZYK	502998
NINA	FLOREK	475488
DARIUSZ	OKO	385931
MAREK	GRZYWNA	343375
MARCIN	POPIELAS	241101

6 Która dzielnica Wrocławia generuje najlepszą sprzedaż?

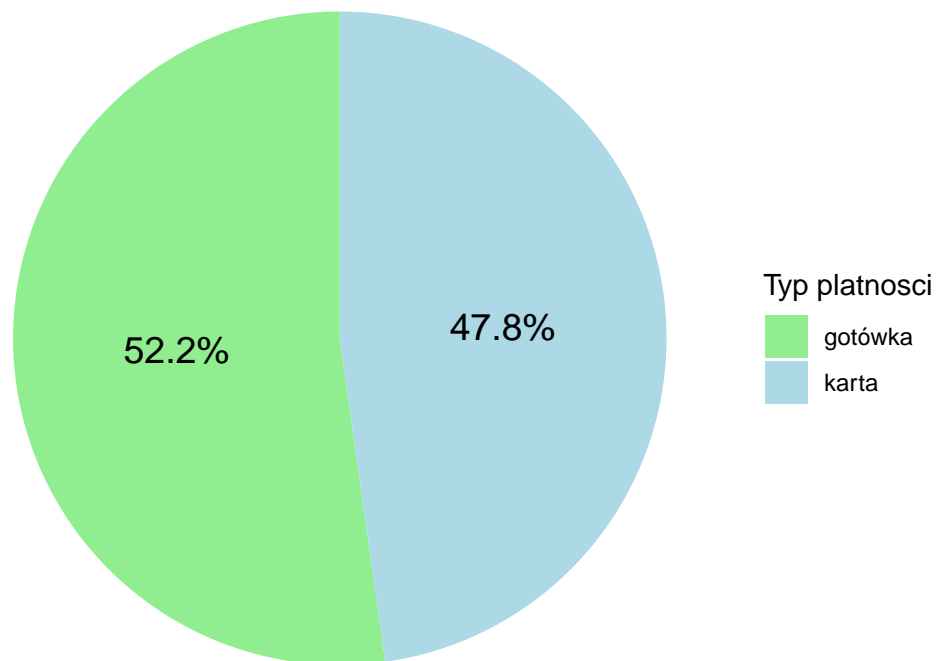


Najlepszą sprzedaż generuje region Krzyki i liczba klientów z tego regionu wynosi 83.

Najgorszą sprzedaż generuje region Psie pole i liczba klientów z tego regionu wynosi 2.

7 Ile procent klientów płaci kartą, a ile gotówką?

Rodzaje płatności



Wychodzi na to, że 52.2% klientów płaci gotówką, a 47.8% klientów płaci kartą.