

## Ogólna specyfikacja wymagań dla sieci kin.

### 1. Cele biznesowe organizacji

Sieć kompleksów kinowych Maxikino zajmuje się emisją filmów oraz sprzedażą biletów na seanse. Aby mieć możliwość emisji, Maxikino kupuje u dystrybutora prawo do emisji każdego wyświetlanego filmu. Priorytetem organizacji jest osiągnięcie jak największego zysku ze sprzedaży biletów na seanse oraz powiększanie liczby widzów na seansach. Sukcesem dla Multikina będzie czteroprocentowy wzrost zysku ze sprzedaży biletów w skali roku. W tym celu organizacja ustanowiła cel pośredni - trend wzrostowy na poziomie jednego procenta na kwartał. Osiągnięcie tego założenia ma być możliwe dzięki monitorowaniu miesięcznego zysku każdej placówki oraz liczby sprzedanych biletów w danym miesiącu.

Najważniejsze procesy biznesowe organizacji to sprzedaż biletów na seanse oraz wykup praw do emisji filmów. Każdy film należy do jakiegoś gatunku, takiego jak: komedia, horror, dramat. Większość filmów można emitować w różnych wersjach: 3D lub 2D oraz z napisami lub z dubbingiem. Na każdą wersję filmu można kupić bilet normalny lub ulgowy. Prawa do emisji wykupuje się na określoną liczbę seansów.

Głównym problemem, z którym boryka się zarząd Maxikina jest zoptymalizowanie wykupu praw do emisji w celu maksymalizacji zysków – nie ma możliwości badania wpływu reklam na zysk z filmu. Kolejny problem to wpływ gatunku oraz wersji filmu na zyski - z taką wiedzą możliwe byłoby zróżnicowanie wykupywanych praw do emisji w stosunku do zysków generowanych przez daną konfigurację.

### 2. Procesy biznesowe

#### *Sprzedaż biletów*

1. Klient po wejściu do kina podchodzi do kasy i po wybraniu filmu na podstawie wyświetlanego harmonogramu kupuje określoną liczbę biletów. Bilety różnią się ceną w zależności od rodzaju wybranego filmu: 3D lub 2D, z dubbingiem lub z napisami oraz od dnia emisji. Niezależnie od rodzaju filmu bilety są dostępne w wersji normalnej oraz ulgowej dla młodzieży szkolnej. Klient może kupić dowolną liczbę biletów, o ile nie przekracza ona pojemności sali kinowej. W systemie sprzedaży generowany jest rachunek, na którym widnieje cena oraz rodzaj każdego biletu. Klient może zapłacić kartą lub gotówką.

#### 2. Przykładowe zapytania:

Porównaj liczbę sprzedanych biletów na poszczególne wersje danego filmu.

Porównaj liczbę sprzedanych biletów w zależności od typu biletu (normalny, ulgowy).

Podaj tytuł filmu, na który została zakupiona największa liczba biletów.

Podaj najpopularniejszy gatunek w danym miesiącu.

Porównaj całkowity zysk ze sprzedaży biletów z zyskiem z poprzedniego miesiąca.

Podaj całkowitą liczbę sprzedanych biletów danego dnia.

Podaj całkowitą liczbę sprzedanych biletów w danym tygodniu.

Podaj całkowity zysk ze sprzedaży biletów w weekendy (piątek, sobota, niedziela).

Podaj całkowity zysk ze sprzedaży biletów w ciągu tygodnia pracującego (bez piątku). Podaj całkowity roczny zysk ze sprzedaży biletów.

Podaj czas emisji reklam telewizyjnych danego tytułu w danym miesiącu.

Podaj czas emisji reklam radiowych danego tytułu w danym miesiącu i porównaj go ze średnią wartością wszystkich tytułów.

Przedstaw histogram godzin największego zainteresowania klientów.

### 3. Dane

Dane pobierane są z systemu sprzedaży, który przechowuje informacje o placówce, która dokonała sprzedaży, liczbie, cenie oraz rodzaju nabytych biletów. Dodatkowo dane pochodzą z uzyskiwanego co miesiąc raportu dotyczącego rynku reklam filmów w Polsce.

### ***Zakup praw do emisji***

1. Raz na miesiąc zarząd kina podejmuje decyzje, które filmy chce emitować. Następnie zgłasza do dystrybutora chęć wykupienia prawa do emisji danych filmów w określonych wersjach. Następnie kino płaci dystrybutorowi za prawa do określonej liczby emisji na określonej przestrzeni czasowej. Dystrybutor w zamian dostarcza materiały niezbędne do emisji do wszystkich placówek kina. Każdy zakup odnotowywany jest w systemie rejestrującym wraz ze szczegółami - tytułem filmu, liczbą emisji oraz ceną.

#### 2. Przykładowe zapytania:

Podaj liczbę tytułów, do których wykupiono prawa emisji w ostatnim miesiącu.

Podaj średnią liczbę emisji tytułów wykupionych w ostatnim miesiącu.

Podaj sumaryczny koszt wykupionych licencji w ostatnim roku.

Podaj tytuł, którego koszt emisji był największy w ostatnim miesiącu.

Podaj średnią długość czasu emitowania poszczególnych tytułów.

Porównaj średni koszt emisji filmu w 3D ze średnim kosztem emisji filmu 2D.

Porównaj średni koszt zakupu filmu z dubbingiem oraz z napisami.

Podaj liczbę tytułów, dla których wykupiono prawa do emisji w ostatnim miesiącu.

### 3. Dane

Dane pobierane są z systemu zarządzającego kinem i jego bazy danych, w którym zapisywane są szczegóły każdego wykupu. Do porównania reklam emitowanych przez poszczególnych dystrybutorów można wykorzystać raport uzyskiwany od firmy AdAnalysis.