
Spis treści

Wstęp	9
1. Zarządzanie przedsiębiorstwem	11
Przedsiębiorstwo i jego otoczenie	11
Proces zarządzania przedsiębiorstwem.....	15
Informacje w zarządzaniu przedsiębiorstwem	23
Pytania	25
2. Prognozowanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem	26
Znaczenie prognoz w zarządzaniu przedsiębiorstwem	26
Podstawy prognozowania	31
Prognozowanie – podstawowe pojęcia.....	33
Proces prognostyczny	35
Klasyfikacja metod prognozowania	48
Pytania	50
3. Dane prognostyczne	51
Wymagania, jakie powinny spełniać dane	51
Postać danych.....	53
Statystyczna obróbka danych.....	54
Transformacja danych	55
Agregacja danych.....	55
Uzupełnianie brakujących danych	56
Statystyczna analiza danych.....	60
Pytania	63
4. Metody oparte na modelach szeregu czasowego	64
Składowe szeregu czasowego.....	64
Identyfikacja postaci składowej systematycznej szeregu.....	66

Identyfikacja obserwacji odstających	72
Modele szeregów czasowych.....	72
Modele szeregów czasowych z trendem	76
Modele analityczne.....	76
Modele wygładzania wykładniczego dla szeregów czasowych z trendem ...	83
Modele szeregów czasowych z wahaniami sezonowymi.....	84
Metoda wskaźników	85
Iteracyjna metoda dekompozycji szeregu czasowego	87
Analiza harmoniczna.....	91
Modele wygładzania wykładniczego dla szeregów czasowych z wahaniami sezonowymi	93
Modele szeregów czasowych z wahaniami cyklicznymi.....	95
Modele autoregresji i średniej ruchomej (ARMA i ARIMA).....	97
Pytania	103
5. Metody oparte na modelach ekonometrycznych	104
Wprowadzenie	104
Budowa modelu	106
Wybór zmiennych objaśniających modelu.....	107
Wybór postaci analitycznej modelu	110
Estymacja i weryfikacja modelu	115
Jednorównaniowe liniowe modele ekonometryczne.....	116
Estymacja i weryfikacja modelu	116
Zastosowanie modelu.....	126
Ekonometryczne modele wahań sezonowych.....	130
Nieliniowe modele ekonometryczne.....	132
Modele liniowe względem parametrów.....	132
Modele linearyzowalne	133
Modele nieliniowe w ścisłym sensie	135
Regresja ważona	135
Regresja logitowa i probitowa	137
Regresja krokowa	138
Identyfikacja obserwacji odstających	140
Pytania	144

6. Inne metody ilościowe	145
Modele analogowe.....	145
Modele ze zmiennymi wiodącymi	151
Modele analizy kohortowej.....	157
Testy rynkowe.....	164
Pytania	166
7. Metody jakościowe	167
Metoda delficka, burza mózgów	167
Prognozowanie na podstawie opinii osób bezpośrednio zajmujących się sprzedażą	170
Prognozowanie na podstawie opinii kierownictwa przedsiębiorstwa	172
Prognozowanie na podstawie opinii ekspertów spoza przedsiębiorstwa.....	173
Prognozowanie na podstawie badań intencji nabywców.....	175
Prawdopodobieństwo subiektywne w metodach jakościowych	176
Pytania	182
8. System prognostyczny przedsiębiorstwa	183
Pojęcie, budowa i zadania systemu	183
Baza danych prognostycznych	185
Metody statystycznej obróbki i analizy danych prognostycznych.....	189
Metody prognozowania. Integracja metod ilościowych z ocenami ekspertów.....	189
Oceny ekspertów w procesie strukturalizacji problemu prognostycznego.....	192
Korygowanie prognoz budowanych metodami jakościowymi	194
Kombinacja prognoz	194
Korygowanie prognoz budowanych metodami ilościowymi na podstawie modeli formalnych I rodzaju	197
Konstruowanie prognoz wyznaczanych metodami ilościowymi na podstawie modeli formalnych II rodzaju	198
Wybór sposobu integracji.....	199
Programy komputerowe.....	200
Komputerowy pakiet statystyczny STATISTICA	200
Wprowadzanie i statystyczna obróbka danych.....	201
Grafika.....	202

Moduły programu.....	203
Prezentacja wyników	204
Monitorowanie prognoz.....	206
Pytania	210
9. Prognozowanie czynników otoczenia przedsiębiorstwa	211
Prognozy koniunktury gospodarczej	211
Prognozy koniunktury konsumenckiej.....	216
Prognozy demograficzne	218
Prognozy innych czynników otoczenia dalszego przedsiębiorstwa	223
Pytania	225
10. Prognozowanie wielkości sprzedaży	226
Pojęcie prognozy sprzedaży	226
Proces prognozowania.....	228
Metody prognozowania sprzedaży, analizy przypadków.....	231
Prognozowanie sprzedaży produktów obecnych na rynku od dłuższego czasu	233
Prognozowanie sprzedaży produktów niedawno wprowadzonych na rynek.....	245
Prognozowanie sprzedaży produktów wprowadzanych na rynek.....	256
Pytania	260
11. Prognozowanie finansowe	261
Pytania	272
Tablice statystyczne.....	273
Bibliografia.....	289
Indeks.....	300