
Spis treści

O autorach	7
Wstęp	9
Część I. Wprowadzenie	11
1. Prognozowanie w przedsiębiorstwie	13
1.1. Znaczenie prognoz w zarządzaniu przedsiębiorstwem	13
1.2. Podstawy prognozowania	15
1.3. Prognozowanie – podstawowe pojęcia	17
1.4. Proces prognostyczny	18
2. Eksploracja danych prognostycznych	33
2.1. Pojęcia i zadania eksploracji danych	33
2.2. Statystyczna obróbka danych	36
2.2.1. Czyszczenie danych	36
2.2.2. Przekształcanie danych	55
2.3. Eksploracyjna analiza danych	57
Część II. Prognozowanie wielkości sprzedaży	73
3. Pojęcie i procedura prognozowania sprzedaży	75
4. Prognozowanie na podstawie prawidłowości występujących w sprzedaży	79
4.1. Modele formalne I rodzaju	79
4.1.1. Modele szeregów czasowych	79
4.1.2. Modele szeregów czasowych ze stałym poziomem	81
4.1.3. Modele szeregów czasowych z trendem	87
4.1.4. Modele szeregów czasowych z wahaniami sezonowymi	103
4.1.5. Modele szeregów czasowych z wahaniami cyklicznymi	116
4.1.6. Modele ARMA i ARIMA	119
4.2. Modele formalne II rodzaju	140
5. Prognozowanie na podstawie prawidłowości występujących pomiędzy sprzedażą a innymi zjawiskami	144
5.1. Modele formalne I rodzaju	144
5.1.1. Modele ekonometryczne	144
5.1.2. Drzewa regresyjne	178
5.1.3. Modele analogowe	183

5.1.4. Modele ze zmiennymi wiodącymi	188
5.1.5. Testy rynkowe	192
5.2. Modele formalne II rodzaju	194
6. Modele nieformalne	200
6.1. Prognozowanie na podstawie opinii osób bezpośrednio zajmujących się sprzedażą.....	200
6.2. Prognozowanie na podstawie opinii kierownictwa przedsiębiorstwa	202
6.3. Prognozowanie na podstawie opinii ekspertów spoza przedsiębiorstwa	202
6.4. Prognozowanie na podstawie badań intencji nabywców	204
6.5. Prawdopodobieństwo subiektywne	206
7. Integracja modeli formalnych z ocenami ekspertów. Monitorowanie prognoz ...	215
7.1. Integracja modeli formalnych z ocenami ekspertów	215
7.1.1. Kombinacja prognoz	218
7.1.2. Korygowanie prognoz budowanych na podstawie modeli formalnych I rodzaju.....	221
7.1.3. Konstruowanie prognoz na podstawie modeli formalnych II rodzaju	222
7.1.4. Wybór sposobu integracji	222
7.2. Monitorowanie prognoz	223
Część III. Prognozowanie w ocenie sytuacji finansowej przedsiębiorstwa...	225
8. Ocena sytuacji finansowej przedsiębiorstwa	227
8.1. Pojęcia wstępne	227
8.2. Źródła danych	228
8.3. Metody oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa	231
8.3.1. Analiza wskaźnikowa	232
8.3.2. Inne metody oceny sytuacji finansowej	240
9. Prognozowanie i symulacje finansowe w przedsiębiorstwie.....	243
9.1. Przedmiot i cel prognozowania finansowego w przedsiębiorstwie	243
9.2. Procedura prognozowania i symulacji finansowych	244
9.3. Metody prognozowania finansowego	245
9.3.1. Budżetowanie	245
9.3.2. Metoda procentu od sprzedaży i jej warianty	246
9.4. Przykłady zastosowań metod prognozowania finansowego	248
9.4.1. Budżet gotówki	248
9.4.2. Sprawozdania finansowe <i>pro forma</i>	255
10. Prognozowanie bankructwa przedsiębiorstw	263
10.1. Istota prognozowania bankructwa	263
10.2. Etapy budowy modeli prognozowania bankructwa	264
10.3. Wykorzystanie analizy dyskryminacyjnej do prognozowania bankructwa przedsiębiorstw	271
Tablice statystyczne	287
Bibliografia	305
Indeks	311