

PROGNOZOWANIE w zarządzaniu przedsiębiorstwem

Paweł Dittmann
Ewa Szabela-Pasierbińska
Iwona Dittmann
Aleksandra Szpulak

wydanie II zmienione i uzupełnione



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	74
Część II. Prognozowanie wielkości sprzedaży	99
3. Pojęcie i procedura prognozowania sprzedaży	101
4. Prognozowanie na podstawie prawidłowości występujących w sprzedaży	105
4.1. Modele formalne I rodzaju	105
4.1.1. Modele szeregów czasowych	105
4.1.2. Modele szeregów czasowych ze stałym poziomem	107
4.1.3. Modele szeregów czasowych z trendem	113
4.1.4. Modele szeregów czasowych z wahaniami sezonowymi	129
4.1.5. Modele szeregów czasowych z wahaniami cyklicznymi	142
4.1.6. Modele ARMA i ARIMA	145
4.2. Modele formalne II rodzaju	166
5. Prognozowanie na podstawie prawidłowości występujących pomiędzy sprzedażą a innymi zjawiskami	170
5.1. Modele formalne I rodzaju	170
5.1.1. Modele ekonometryczne	170
5.1.2. Drzewa regresyjne	204
5.1.3. Modele analogowe	209
5.1.4. Modele ze zmiennymi wiodącymi	214

5.1.5. Testy rynkowe.....	218
5.2. Modele formalne II rodzaju.....	220
6. Modele nieformalne	226
6.1. Prognozowanie na podstawie opinii osób bezpośrednio zajmujących się sprzedażą.....	226
6.2. Prognozowanie na podstawie opinii kierownictwa przedsiębiorstwa.....	228
6.3. Prognozowanie na podstawie opinii ekspertów spoza przedsiębiorstwa	228
6.4. Prognozowanie na podstawie badań intencji nabywców	230
6.5. Prawdopodobieństwo subiektywne.....	232
7. Integracja modeli formalnych z ocenami ekspertów. Monitorowanie prognoz	241
7.1. Integracja modeli formalnych z ocenami ekspertów	241
7.1.1. Kombinacja prognoz	244
7.1.2. Korygowanie prognoz budowanych na podstawie modeli formalnych I rodzaju	247
7.1.3. Konstruowanie prognoz na podstawie modeli formalnych II rodzaju	248
7.1.4. Wybór sposobu integracji	248
7.2. Monitorowanie prognoz	249
Część III. Prognozowanie w ocenie sytuacji finansowej przedsiębiorstwa	251
8. Ocena sytuacji finansowej przedsiębiorstwa	253
8.1. Pojęcia wstępne	253
8.2. Źródła danych.....	254
8.3. Metody oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa.....	257
8.3.1. Analiza wskaźnikowa	258
8.3.2. Inne metody oceny sytuacji finansowej	266
9. Prognozowanie i symulacje finansowe w przedsiębiorstwie	269
9.1. Przedmiot i cel prognozowania finansowego w przedsiębiorstwie	269
9.2. Procedura prognozowania i symulacji finansowych.....	270
9.3. Metody prognozowania finansowego.....	271
9.3.1. Budżetowanie	271
9.3.2. Metoda procentu od sprzedaży i jej warianty.....	272
9.4. Przykłady zastosowań metod prognozowania finansowego	274
9.4.1. Budżet gotówki.....	274
9.4.2. Sprawozdania finansowe <i>pro forma</i>	281
10. Prognozowanie bankructwa przedsiębiorstw	287
10.1. Istota prognozowania bankructwa	287
10.2. Etapy budowy modeli prognozowania bankructwa	288
10.3. Wykorzystanie analizy dyskryminacyjnej do prognozowania bankructwa przedsiębiorstw.....	295
10.4. Wykorzystanie regresji logistycznej do prognozowania bankructwa przedsiębiorstw.....	309
Tablice statystyczne	329
Bibliografia	347