

РЕФЕРАТ

Дипломна робота містить 105 с., 11 табл., 28 рис., 3 дод. та 29 джерел.

ПРОГНОЗ, РЕГРЕСІЙНА МОДЕЛЬ, МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ, ОБСЯГИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ, МАРКЕТИНГ, ЧАСОВИЙ РЯД, КРИТЕРІЇ АДЕКВАТНОСТІ МОДЕЛІ.

Об'єкт дослідження – застосування статистичних методів для прогнозування у сфері маркетингу.

Мета дипломної роботи - аналіз існуючих методів статистичного моделювання та побудови прогнозів, визначення їх переваг та недоліків; побудова високоадекватної моделі динаміки об'ємів реалізації продукції виробника в сегменті ринку, та порівняння якості прогнозів, отриманих на її основі, з прогнозами за альтернативними моделями.

У роботі здійснено огляд експертних та факторографічних методів, що застосовуються для отримання прогнозів у маркетинговій діяльності. В ході виконання дипломної роботи було розроблено два варіанти регресійної моделі, що враховують особливості описуваних процесів та проведено порівняльний аналіз якості прогнозів з прогнозами за моделлю однорядного МГУА. Встановлено, що розроблені моделі дають найбільш точні оцінки прогнозів, а усереднення дозволяє додатково їх покращити.

При подальшому дослідженні доцільно розширити функціонал розробленого програмного продукту, шляхом збільшення кількості альтернативних моделей та автоматизації процесу попередньої обробки даних.