

ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ

Франжев А.Ф., гр. 651м

Науковий керівник – канд. техн. наук, ст. викл. **А.В. Артёмова**
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

В процесі управління маркетинговою діяльністю підприємств параметри, які тісно пов'язані між собою, об'єднують у групи. Використовуючи імітаційну модель, було виявлено, що проводити економіко-математичне прогнозування не можливо.

До найпоширенішого методу прогнозування відносять екстраполяцію, яка становить собою метод, при якому прогнозовані показники розраховуються як продовження динамічного ряду за виявленою закономірністю розвитку. Метод екстраполяції особливо ефективний тоді, коли дані отриманого ряду динаміки є досить стійкими. У цьому зв'язку застосування методу екстраполяції при розрахунку прогнозних значень реалізації управлінських рішень видається найбільш доцільним.

Процес реалізації динамічної моделі складатиметься з таких послідовно виконуваних етапів:

- 1) вибір довжини часової осі;
- 2) отримання динамічних значень реалізації управлінських рішень;
- 3) вибір методу прогнозування;
- 4) знаходження прогнозних значень досліджуваних показників;
- 5) розрахунок і оцінка прогнозного значення ефективності маркетингового управління;
- 6) оцінка резерву вдосконалення управління маркетинговою діяльністю.

Розрахунок і оцінка прогнозного показника ефективності маркетингового управління здійснюється, виходячи з отриманих прогнозних значень досліджуваних показників за групами питань предметно-значеннєвої класифікації, які отримні на четвертому етапі реалізації динамічної моделі.