

أساليب التحليل الكمي

مدخل لدراسة التسويق الحديث



الدكتور
إياد عبد الفتاح النصور
جامعة الخرج



www.darsafa.net

الفهرس

الإهداء	5
المحتويات	7
التقديم	13
المقدمة	15

الفصل الأول

مقدمة في التحليل الكمي

المقدمة	19
مراحل التحليل الكمي	20
المشاكل التي تواجه التحليل الكمي	26
تطوير نموذج التحليل الكمي	35
فوائد النماذج الرياضية	37

الفصل الثاني

نماذج الانحدار الثنائي

المقدمة	41
تطوير البيانات	44
التنبؤ في حالة الانحدار الخطي البسيط	46
التقييم الإحصائي لنماذج الانحدار	51
استخدام الخطأ المعياري للمقدر	57
الارتباط التسلسلي	59
ثبات التباين	64

الفصل الثالث

نماذج الانحدار المتعدد

69	المقدمة
70	اختيار المتغيرات المستقلة
73	التنبؤ باختبار نموذج الانحدار المتعدد
74	التقييم الإحصائي لنماذج الانحدار المتعدد
77	الارتباطية المشتركة المتعددة
79	الارتباط التسلسلي
83	تأثير المتغيرات المحذوفة من النموذج
84	اختيار المتغيرات البديلة
85	الموسمية في نماذج الانحدار المتعدد
87	توسيع نموذج الانحدار المتعدد
88	الخلاصة

الفصل الرابع

المناهج الكمية في التسعير

91	المقدمة
92	تحليل نقطة التعادل
96	طريقة هامش المساهمة
97	التسعير القائم على التكلفة
100	التسعير القائم على التكلفة مع الأخذ بالاعتبار الحساسية السعرية
104	التسعير القائم على معدل العائد
105	طريقة تحليل الإيرادات

107	طريقة التسعير المرن
113	طريقة التسعير القائم على القيمة المدركة
115	تسعير العطاءات

الفصل الخامس

التنبؤ بالطلب

119	المقدمة
120	أساليب التنبؤ
120	أولاً : أساليب السلاسل الزمنية
120	الوسط المتحرك
122	الوسط المتحرك المرجح
122	التخفيف الآسي
126	الإسقاطات الاتجاهية
128	الانحرافات الموسمية
130	إدخال الانحرافات الموسمية مع الاتجاه
132	استخدام أسلوب التفكيك للتنبؤ بالمكونات الموسمية والاتجاهية
134	استخدام الانحدار مع المكونات الموسمية والاتجاهية
135	ثانياً : النماذج السببية
136	ثالثاً : النماذج النوعية
137	السيطرة والرقابة على التنبؤ
139	التخفيف التكيفي

الفصل السادس

سلاسل ماركوف واختيار السوق

143		سلاسل ماركوف
143		مفهوم الحالات الطبيعية
147		مصفوفة احتمالات التحول
149		التنبؤ بالحصص السوقية
152		نقطة التوازن
158		الحالات الممتصة وتطبيقاتها الأساسية
166		الدخول إلى القطاع السوقي
171		اختبار جدوى التجزئة القطاعية
176		التنبؤ بالمنتجات الجديدة
178		أولاً: منحنى Gompertz
178		ثانياً: المنحنى اللوجستي
179		ثالثاً: منحنى Bass

الفصل السابع

نماذج نظرية الانتظار

183		المقدمة
185		خصائص نظام الانتظار
188		نموذج كيندال في النقل
191		إدخال التكاليف إلى النموذج
195		تقوية بيئة الانتظار
196		نموذج الانتظار للقناة المتعددة

199	نموذج وقت الخدمة الثابت
201	نموذج عدد السكان النهائي
204	علاقات خاصة في عملية التشغيل

الفصل الثامن

نماذج مشاكل النقل

207	المقدمة
209	أولاً : طريقة الزاوية الشمالية الغربية
213	ثانياً : طريقة التكلفة الأقل
215	ثالثاً : طريقة المسار المتعرج
222	رابعاً : المنهج المعدل
224	خامساً : المنهج التقريبي لفوجل
228	مشاكل النقل غير المتوازنة
231	مشاكل عدم التوافق في النقل
234	وجود أكثر من حل أمثل
234	الطرق غير المقبولة

الفصل التاسع

نماذج مشاكل التعيين

241	المقدمة
241	طريقة العد الكامل
244	النموذج الهنغاري
248	نماذج التعيين غير المتوازنة

الفصل العاشر

قضايا في دراسة سلوك المستهلك

253	المقدمة
253	هدف بحوث التسويق
255	خصائص بحوث التسويق
255	أساليب بحوث التسويق
258	أنواع البيانات والمقاييس
259	تصميم الاستمارة
261	تسلسل الأسئلة
262	القواعد الأساسية لبناء الاستبيان
263	قضايا في بناء الاستبيان
265	أساليب جمع الاستبيانات
266	أنواع الأسئلة
268	مقياس ليكرت
271	قائمة المراجع