
Напредно планирање у маркетингу

Одлучивање у условима неизвесности

Три основна елемента:

- Алтернативне одлуке;
- Могући исходи (*outcomes*) –догађаји (*events*) који могу да се десе након доношења одлуке.
 - Квантитативни (нпр. одлука: обим производње, исход: тражња)
 - Квалитативни (нпр. одлука: локација за одмор, исход: временски услови).
- Могуће исплате (*payoff*) за сваку одлуку и сваки исход.
 - Квантитативни,
 - Квалитативни.

Како донети одлуку?

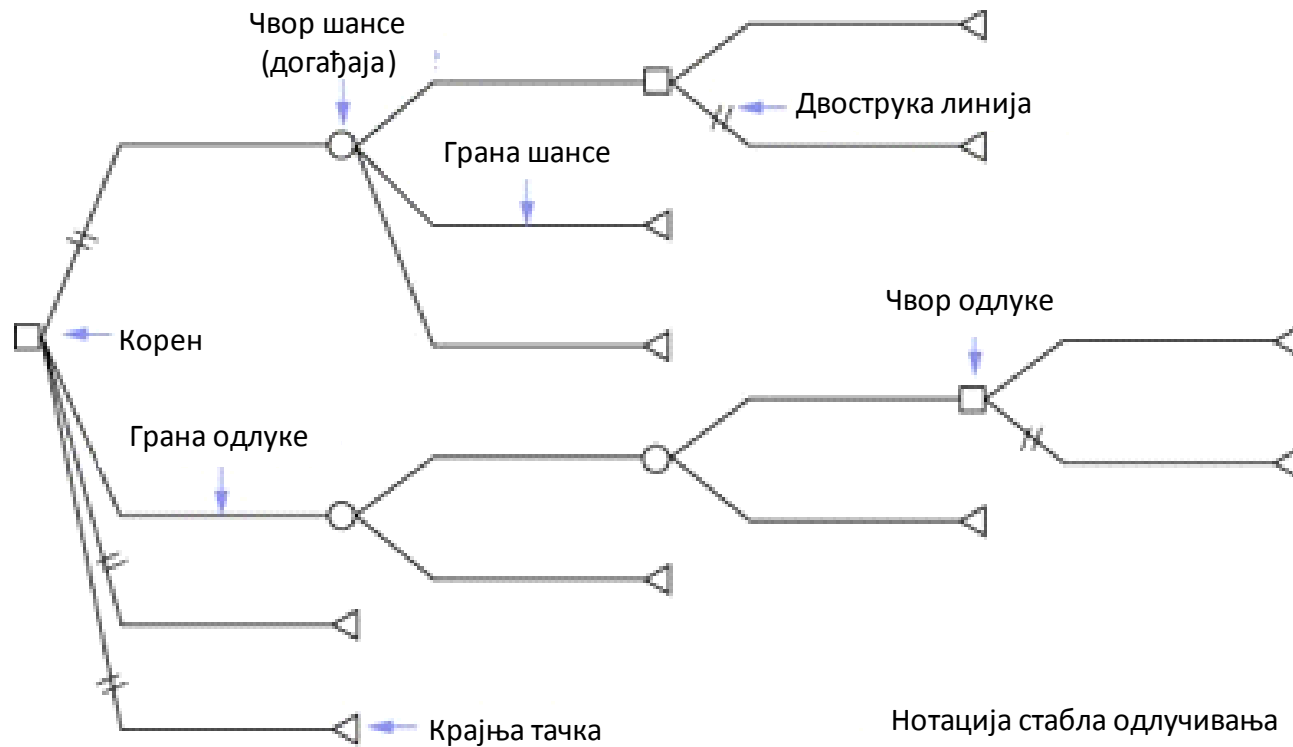
- На основу просечне исплате;
- Агресивном стратегијом (оптимистички);
- Конзервативном стратегијом (песимистички);
- На основу жаљења (*opportunity loss*);
- На основу очекиване исплате (стабло одлучивања).

	купац А	купац В	купац С	Прос. исплата	Опт. страт.	Пес. страт.
R	141621,92	61911,40	36314,22	79949,18	141621,92	36314,22
F	162747,26	75296,68	79774,08	105939,34	162747,26	75296,68
M	110671,62	83092,33	86257,63	93340,53	110671,62	83092,33

	купац А	купац В	купац С
R	141621,92	61911,40	36314,22
F	162747,26	75296,68	79774,08
M	110671,62	83092,33	86257,63

Жаљење				
	купац А	купац В	купац С	Максимално жаљење
R	21125,34	21180,94	49943,41	49943,41
F	0,00	7795,65	6483,55	7795,65
M	52075,64	0,00	0,00	52075,64

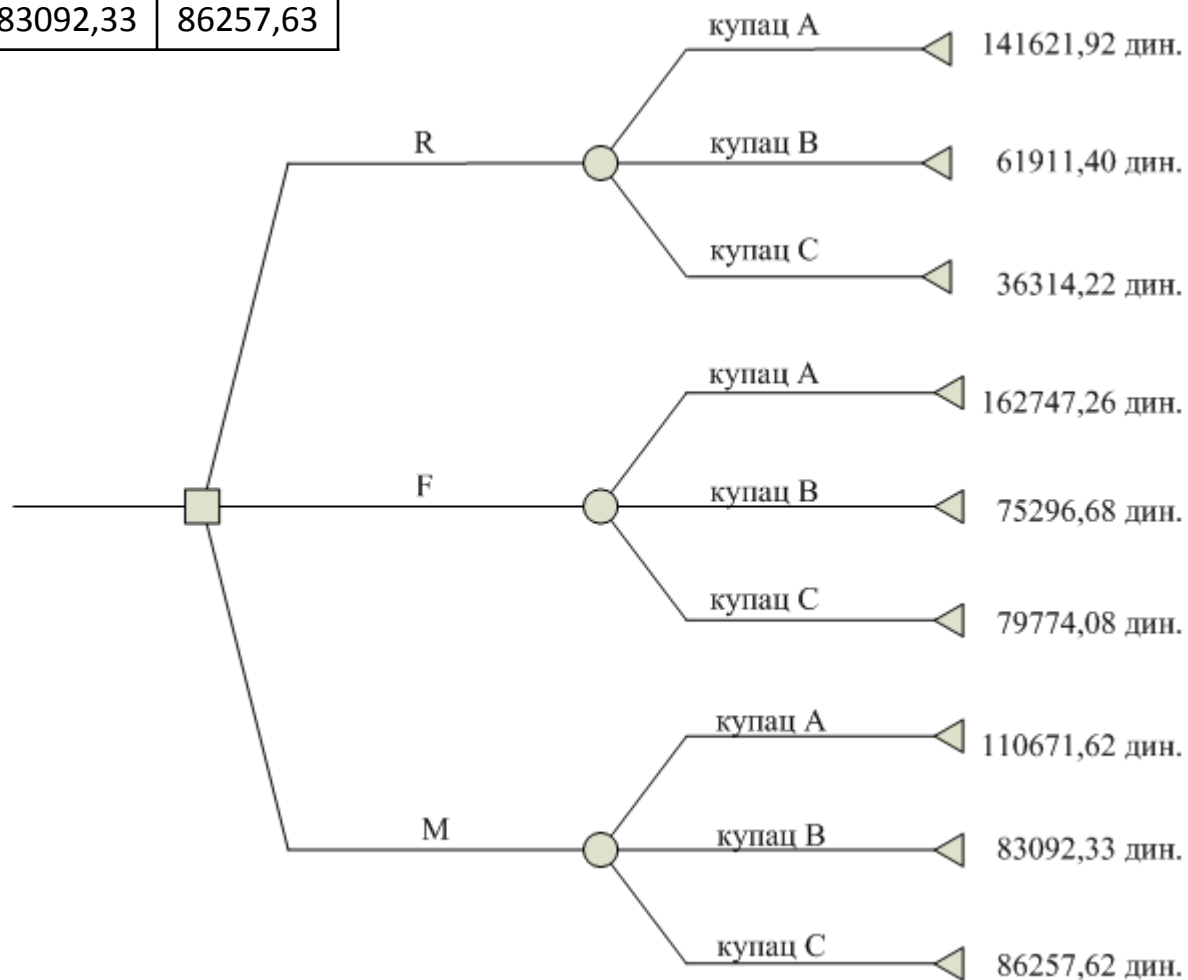
Стабло одлучивања



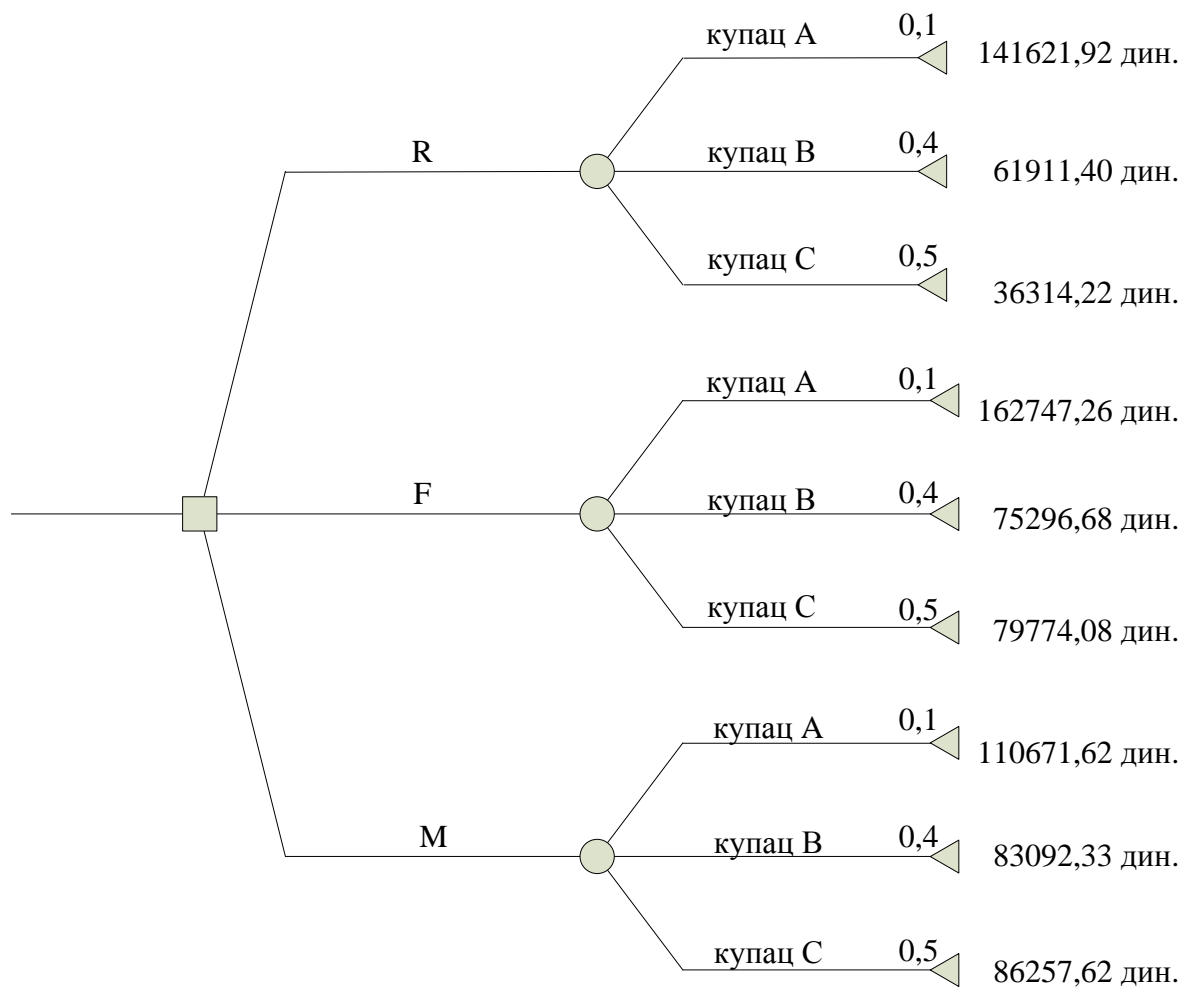
Стабло одлучивања



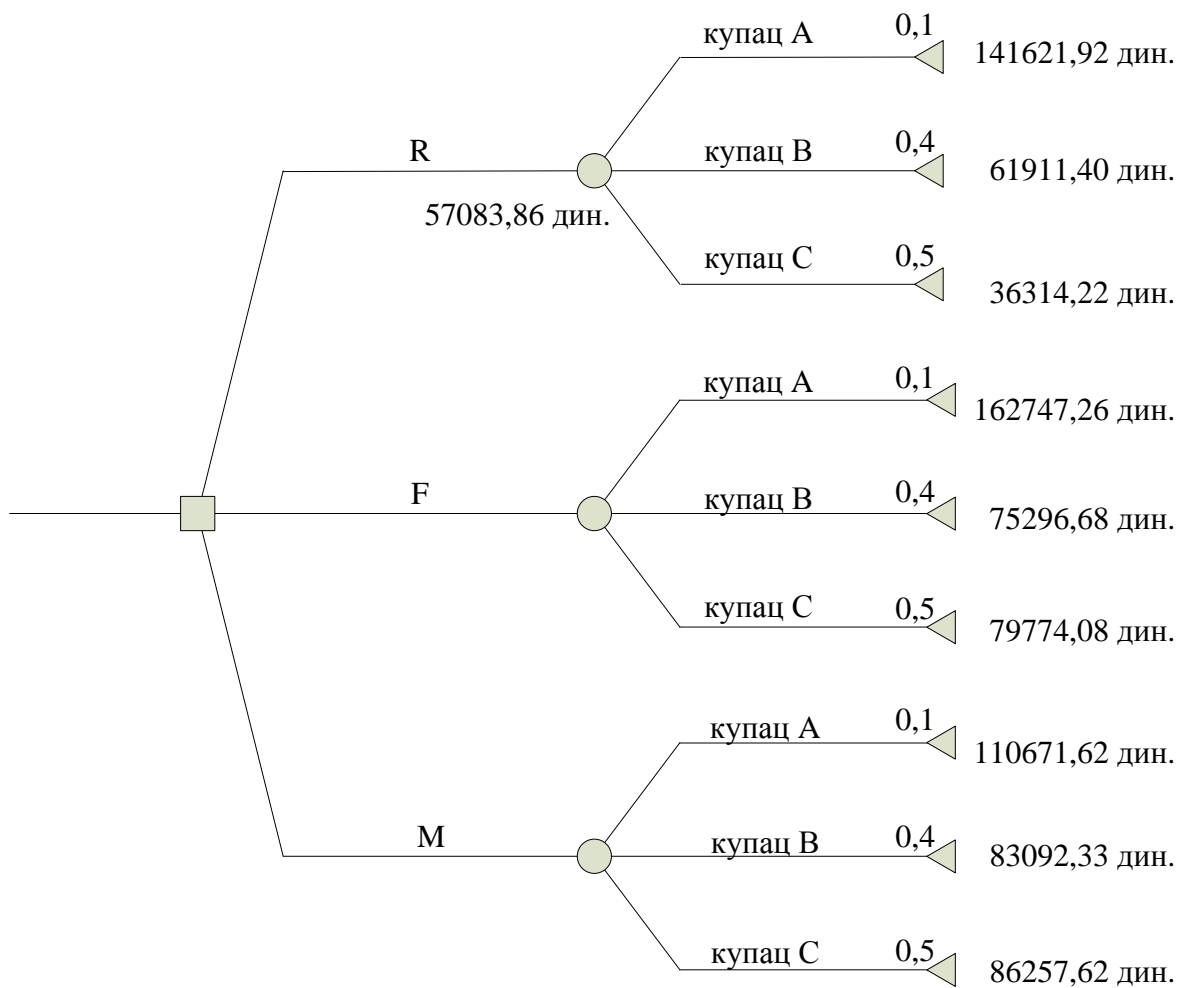
	купац А	купац В	купац С
R	141621,92	61911,40	36314,22
F	162747,26	75296,68	79774,08
M	110671,62	83092,33	86257,63



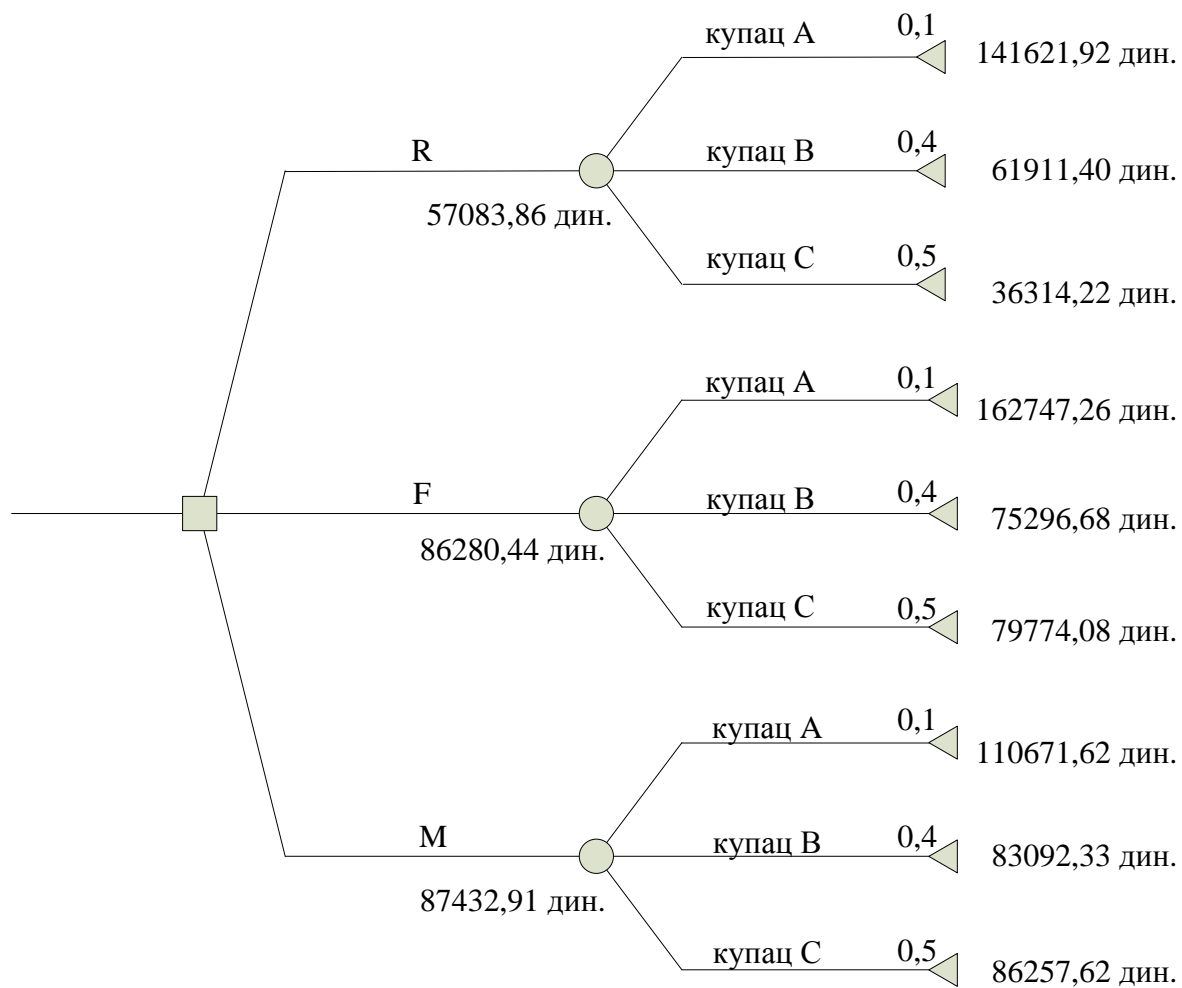
$P(A)=0,1$
 $P(B)=0,4$
 $P(C)=0,5$



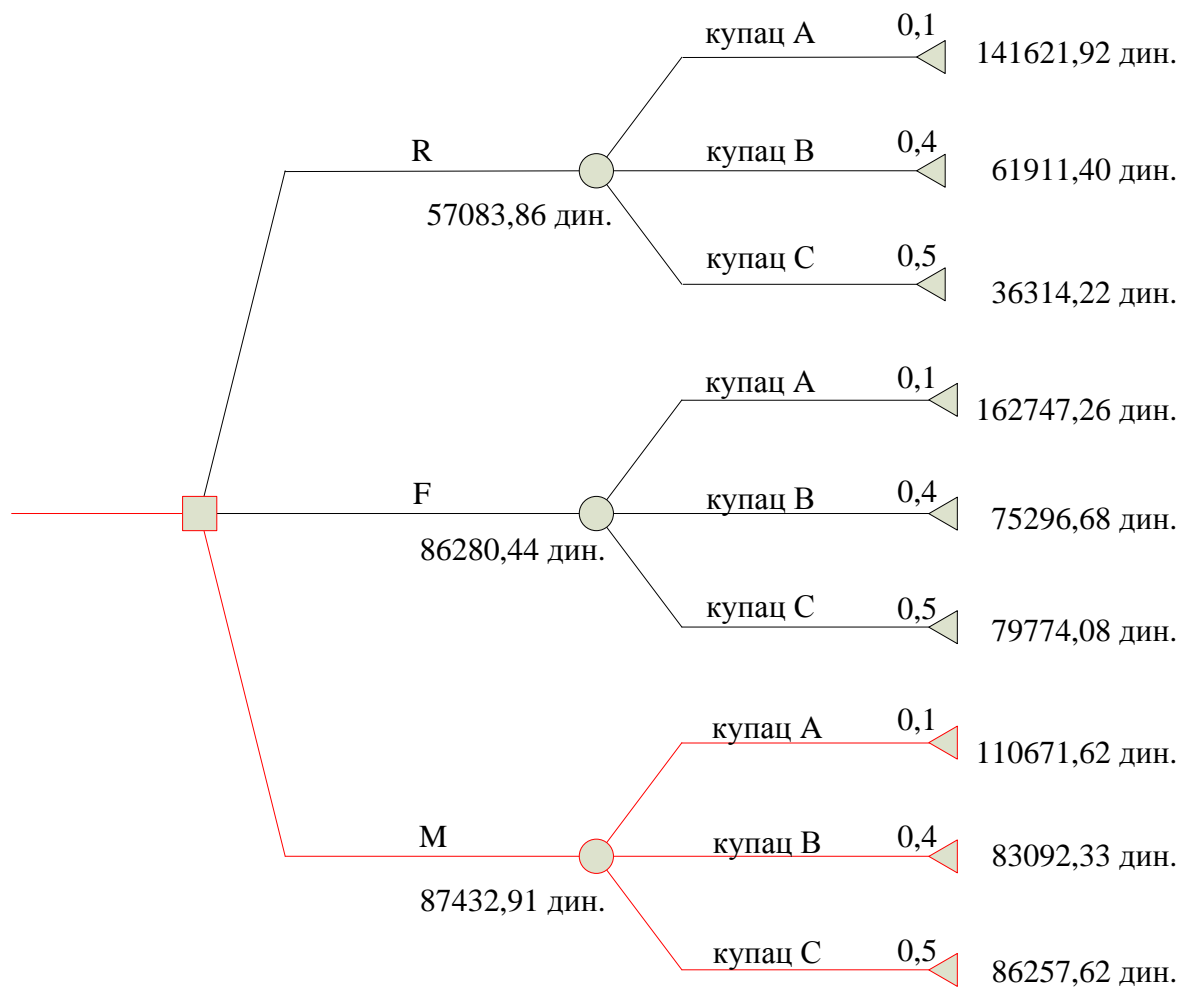
$P(A)=0,1$
 $P(B)=0,4$
 $P(C)=0,5$



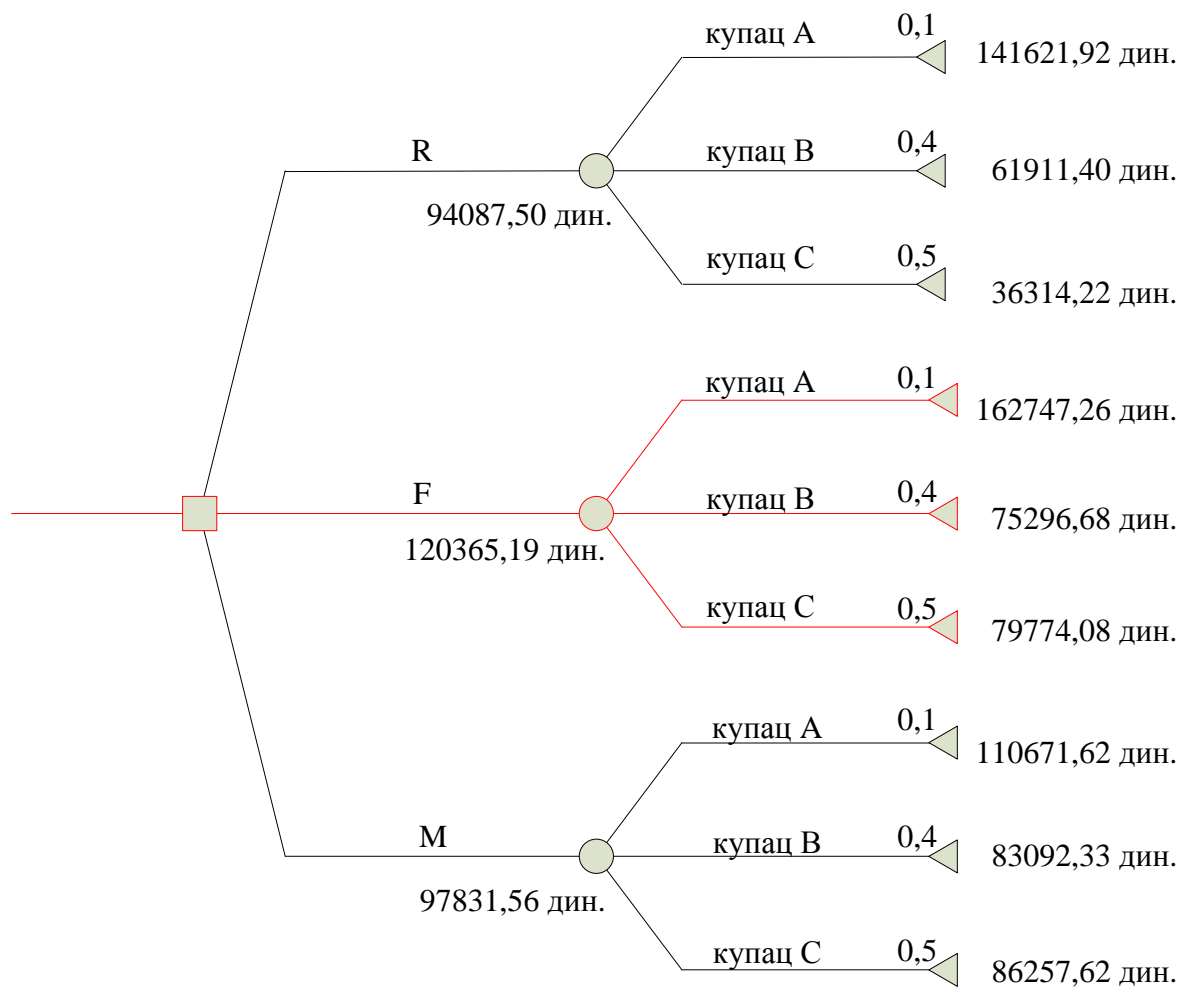
$P(A)=0,1$
 $P(B)=0,4$
 $P(C)=0,5$



$P(A)=0,1$
 $P(B)=0,4$
 $P(C)=0,5$



$P(A)=0,5$
 $P(B)=0,2$
 $P(C)=0,3$



вероватноћа долазака купаца	ранг		
	R	F	M
(0,5 0,5 0)	2	3	1
(0,45 0,45 0,1)	1	3	2
(0,4 0,4 0,2)	1	3	2
(0,35 0,35 0,3)	1	3	2
(0,3 0,3 0,4)	1	3	2
(0,25 0,25 0,5)	1	3	2
(0,2 0,2 0,6)	1	3	2
(0,15 0,15 0,7)	1	3	2
(0,1 0,1 0,8)	1	2	3
(0,05 0,05 0,9)	1	2	3
(0 0 1)	1	2	3

