

Отчет о произведенных изменениях в Агентной модели Market

Изменены следующие параметры:

1. influenceByAd (начальное значение: 0.01), до значений 1 и 0,1.
видимых изменений в скорости и результатах работы модели не произошло.

Рис 1: значение influenceByAd =1

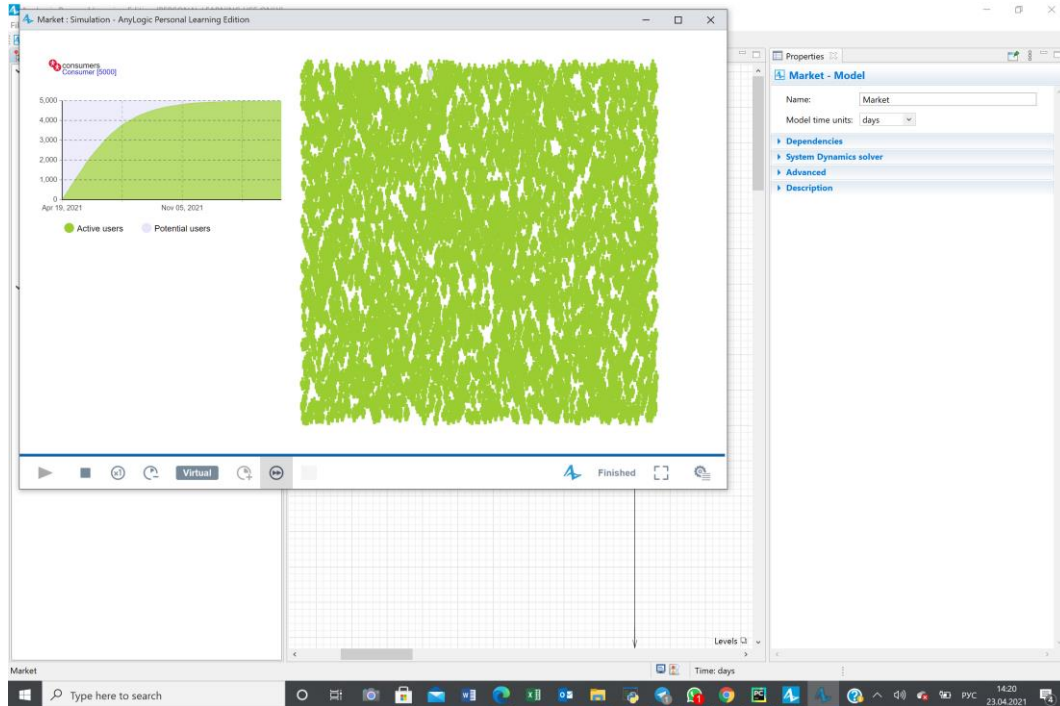
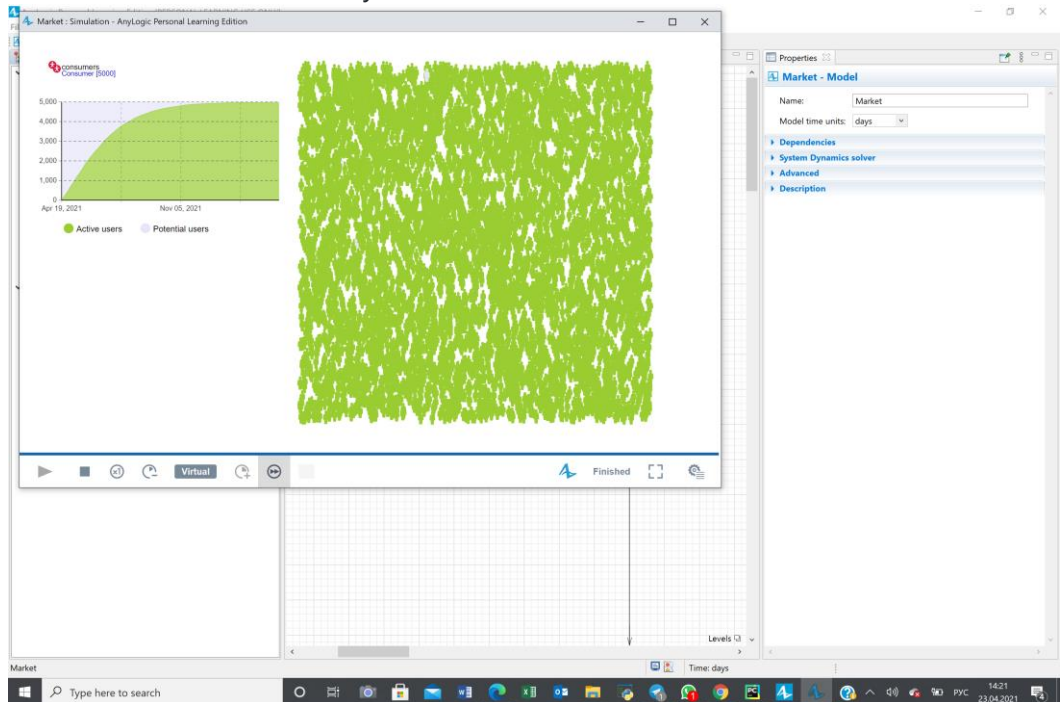


Рис 2: значение influenceByAd =0,



2. `contactRate` (начальное значение: 1), изменено на 0 и 0,4. Применение нецелых значений обязало изменить тип переменной) на `double`. Работа модели замедлилась, результаты работы изменились: прирост покупателей замедлен, при этом чем меньше значение показателя, тем меньше прирост. Связано с тем, что, видимо, это показатель количества контактов покупателя с потенциальными покупателями (сарафанное радио)

Рис 3: значение `contactRate` =0

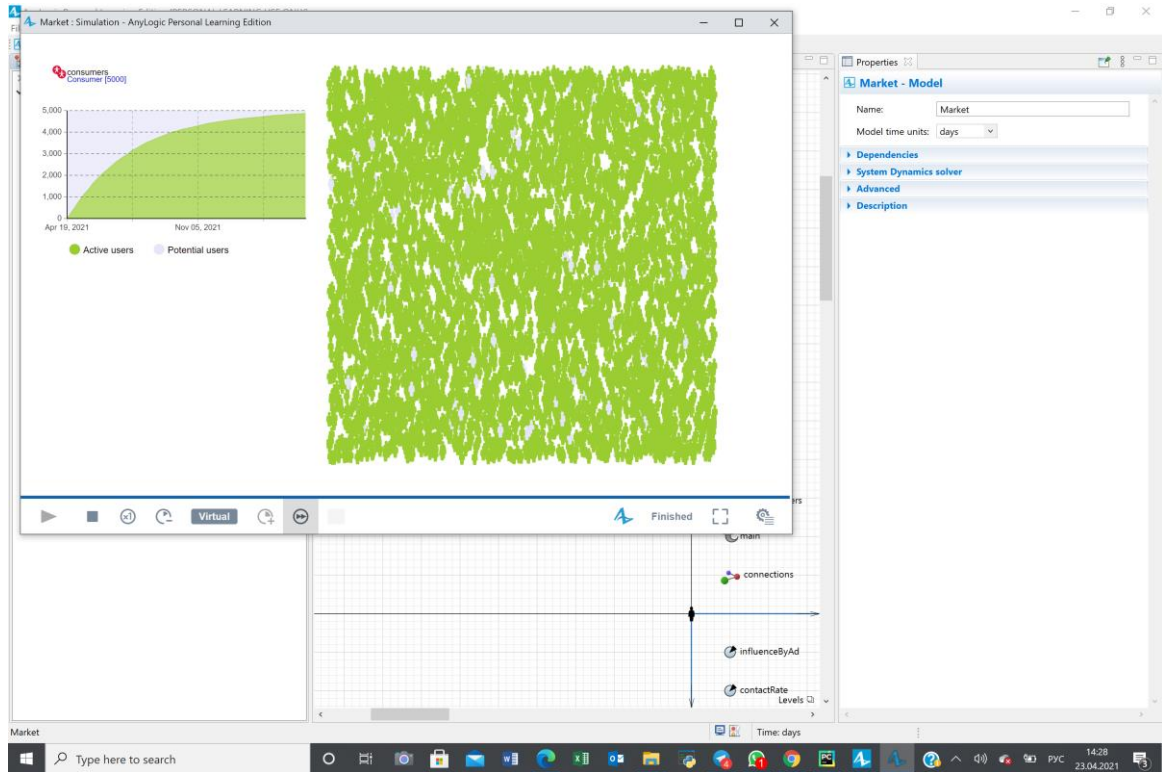
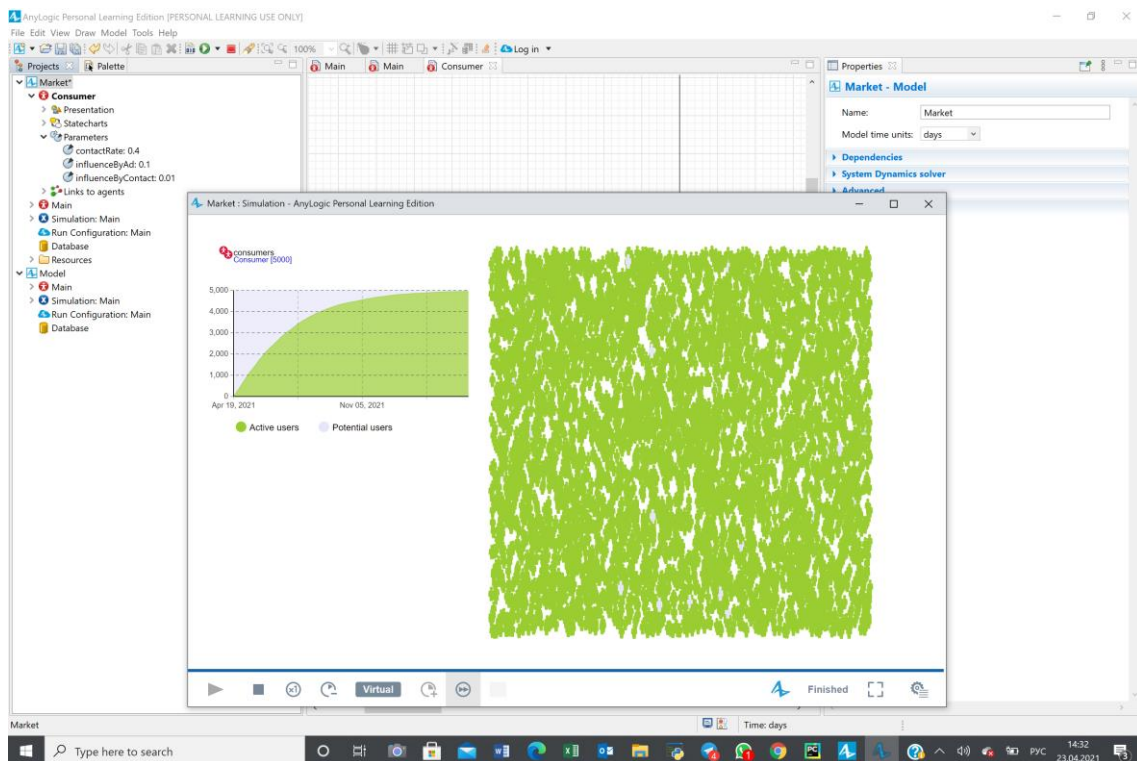


Рис 4: значение `contactRate` =0,4



3. Изменено значение параметра influenceByContact (начальное значение: 0.01)
- Изменение данного параметра имеет наибольшее влияние на результаты работы модели: при значении 1 наблюдается взрывной рост количества покупателей, при значениях $-0,1$ – рост количества покупателей, при значении $=0$ – замедление роста покупателей относительно первоначальных параметров модели.

Рис 5: значение influenceByContact = 1

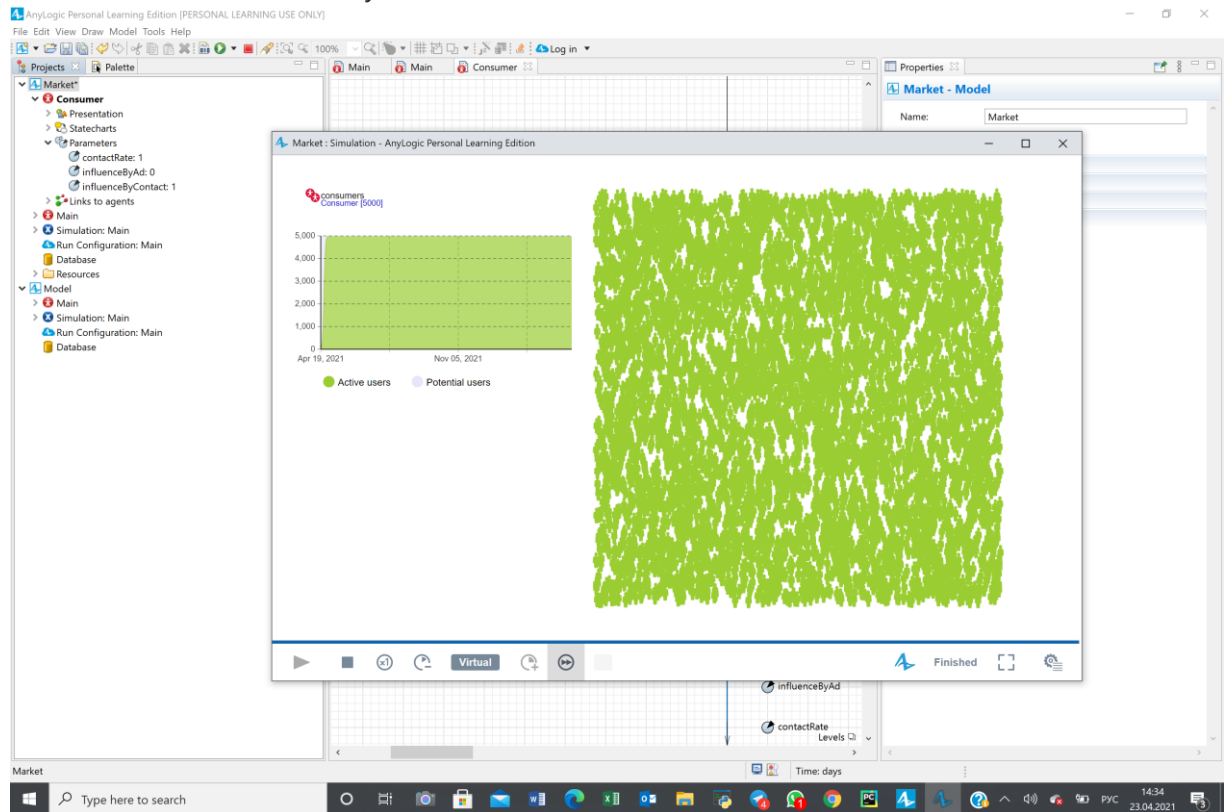


Рис 6 значение influenceByContact = 0,1

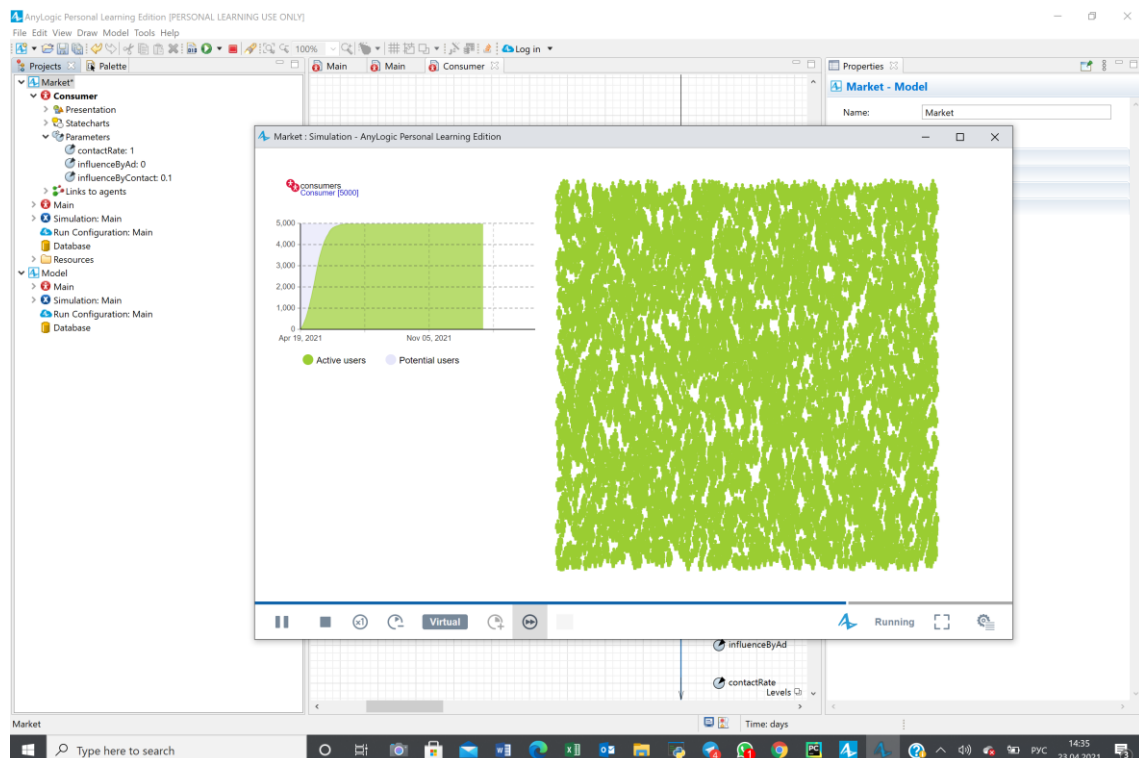


Рис 7 значение influenceByContact =0

