

збільшується рентабельність власного капіталу в результаті залучення позичених коштів в оборот підприємства, використаємо такі формули:

$$EP = \frac{(ВП + ПК * СВК) * 100\%}{A - КЗ}$$

де *ВП* – валовий прибуток;
СВК – ставка відсотку за кредит, %;
ПК – позиковий капітал;
A – активи підприємства;
КЗ – кредиторська заборгованість.

$$ЕФЛ = (1 - СПП) * (EP - СВК) * \frac{ПК}{ВК}$$

де *СПП* – ставка податку на прибуток;
EP – економічна рентабельність, %.

$$EP_{2012} = \frac{(303\ 679 + 961\ 747 * 0,15) * 100\%}{3\ 595\ 023 - 267\ 436} = 13,46$$

$$ЕФЛ_{2012} = (1 - 0,21) * (13,46 - 15,0) * \frac{961\ 747}{2\ 633\ 276} = -0,45$$

За аналогічного розрахунку *EP*₂₀₁₃ має значення 15,79%, а *ЕФЛ*₂₀₁₃ має значення 0,24; *EP*₂₀₁₄ – 18,46%, а *ЕФЛ*₂₀₁₄ – 1,08.

Висновки

Таким чином, за визначених умов з 2013 року економічна рентабельність підприємства перевищить ставку відсотка за користування позиковими коштами, що позитивно вплине на ефект фінансового важеля підприємства.

У результаті здійсненого дослідження нами сформульовані наступні висновки та пропозиції. Оптимізація структури капіталу спрямована на визначення такого співвідношення між вартістю, втіленою в кошти підприємства, які йому належать і приносять прибуток, та вартістю, інвестованою в грошові кошти, що залучаються на основі їх повернення, за якого досягається максимальна ефективність діяльності підприємства. В напрямі посилення ефективності фінансового менеджменту аналіз структури капіталу підприємства

повинен здійснюватися із урахуванням змін у кредитній політиці підприємства та у податковому законодавстві. Здійснений розрахунок ефекту фінансового важеля підприємства ВАТ «УПЛ» показав, що існуюча структура його капіталу не є оптимальною за середнього рівня плати за кредит, які пропонують українські банки. Визначено, що за умови зростання валового прибутку підприємства і зменшення відсоткової ставки за кредит, а також, з урахуванням зниження ставки податку на прибуток підприємства відповідно до Податкового кодексу України можна прогнозувати подвійний ефект: збільшення економічної рентабельності та посилення ефекту фінансового важеля.

Список використаних джерел

1. Боярко В.М., Гриценко Л.Л. Оптимізація чистого оборотного капіталу як фактор забезпечення платоспроможності підприємства в умовах кризи / В.М. Боярко та Л.Л. Гриценко // Економіка, фінанси, право. – 2012. – №3. – С. 14–18.
2. Державний комітет статистики України. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
3. Обушак Т.А. Оптимізація структури капіталу торговельного підприємства / Т.А. Обушак // Економіка, фінанси, право. – 2009. – №10. – С. 24–29.
4. Петленко Г.В., Решетова Г.В. Удосконалення структури капіталу компанії як умова підвищення її капіталізації / Ю.В. Петленко, Г.В. Решетова // Фінанси України. – 2012. – №3. – С. 102–108.
5. Податковий кодекс України: Кодекс України: від 02.12.2010 №2755-VI: Офіц. текст станом на 19.01.2012. – <http://zakon.rada.gov.ua>
6. Тютюнник В. Управління джерелами фінансування підприємства / В. Тютюнник // Справочник економіста. – Червень 2011. – С. 28–34.
7. Харченко Н.В. Фінансове управління акціонерним товариством / Н.В. Харченко // Фондовий ринок. – 2012. – №17–18. – С. 4–9.
8. Шабліста Л. Механізми подолання збитковості підприємств і забезпечення їх фінансової стійкості / Л. Шабліста // Економіка України. – 2009. – №6. – С. 53–65.
9. Швиданенко Г.О., Шевчук Н.В. Управління капіталом підприємства: Навч. посіб. / Г.О. Швиданенко, Н.В. Шевчук. – К.: КНЕУ, 2007. – 440 с.

О.І. ПОПРОЗМАН,
 к.е.н., доцент, Національний авіаційний університет

Концептуальні основи управління виробничою структурою промислового підприємства

У статті досліджується склад, кількісне співвідношення і розміри внутрішніх підрозділів підприємства, форми їх побудови та взаємозв'язку, мета функціонування під-

приємства, механізми взаємодії суб'єкта та об'єкта управління, характер взаємовідносин між окремими ланками його внутрішньої структури, а також необхідний

ступінь врахування впливу зовнішнього середовища на розвиток підприємства.

Ключові слова: управління, виробництво, структура, підприємство, стратегія, діяльність підприємства.

В статье исследуется состав, количественное соотношение и размеры внутренних подразделений предприятия, формы их построения и взаимосвязи, цель функционирования предприятия, механизмы взаимодействия субъекта и объекта управления, характер взаимоотношений между отдельными звеньями его внутренней структуры, а также необходимая степень учета влияния внешней среды на развитие предприятия.

Ключевые слова: управление, производство, структура, предприятие, стратегия, деятельность предприятия.

The article examines the composition, proportion and size of internal divisions, build and shape their relationship, the goal of enterprise function, mechanisms of interaction between subject and object management, the relationship between the individual units of its internal structure, and the necessary degree of incorporation influence of the environment on the development of the enterprise.

Keywords: management, production, structure, company strategy, the company.

Постановка проблеми. Управління базується на вивченні відносин, які можна охарактеризувати за допомогою системи «середовище – організація». Для забезпечення нормального функціонування кожне підприємство має мати в своєму складі дільниці, цехи з виробництва основної продукції (виконання робіт, надання послуг) і обслуговування виробничого процесу. Водночас кожне підприємство, незалежно від його розмірів, галузевої структури, рівня спеціалізації, постійно проводить роботу з формування замовлень на виробництво продукції, організації її зберігання, постачання необхідної сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, інструментів, обладнання, енергоресурсів. Щоб все гармонійно функціонувало і кожний працівник чітко виконував свої професійні обов'язки, підприємству потрібно мати відповідну систему управління виробництвом. На органі управління покладаються певні довготермінові стратегічні функції розвитку виробництва, координації і контролю за точною діяльністю.

Актуальність обраної статті становить той факт, що більшість серед існуючих сьогодні концепцій управління розглядає організацію як відкриту систему, яка постійно взаємодіє з окремими елементами зовнішнього середовища: іншими організаціями, банками, організаціями, що належать до соціально-політичних та економічних інституцій держави, місцевих органів тощо і дає змогу організаціям підтримувати більш-менш стійке становище, виживати в умовах, що постійно змінюються. Концепції існування та розвитку організацій у зовнішньому середовищі використовують різні підходи та моделі, сформовані на базі різних теорій управління.

Таким чином, всі структури і ланки підприємства взаємопов'язані між собою за допомогою системи управління, яка є головним органом структурної організації виробництва.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Організація стратегічного управління підприємством є багатограним явищем, вивчення якого присвячені наукові роботи таких зарубіжних вчених, як І. Ансофф, П. Дукер, В. Кінг, Ф. Котлер, Г. Мицберг, Б. Альстренд, Дж. Лемпел, М. Маскон, М. Альберт, Ф. Хедоури, Б. Карлоф, Ж–Ж. Ламбер, А.Дж. Стрікленд. Дослідження в галузі стратегічного менеджменту також проводились вітчизняними вченими, такими як В.Г. Герасимчук, З.Є. Шершньова, В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань, Б.М. Мізюк, А.П. Міщенко, В.Л. Дикань, Г.А. Дмитренко та іншими.

Метою статті є обґрунтування теоретичних основ концептуального управління виробничою структурою підприємства, аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища як необхідного елементу визначення місії та цілей діяльності підприємства яке функціонує відповідно до вибраної концепції управління.

Виклад основного матеріалу. Як загальна функція управління, планування є процесом підготовки на перспективу рішень про те, що, ким, коли повинно бути зроблено. Стратегічне планування вносить суттєві корективи в методи управління, відкидаючи можливість керування діяльністю фірми виходячи з екстраполяції минулих тенденцій. Виникає необхідність вносити стратегічні корективи в поставлені завдання згідно зі змінами на ринку і аж до можливості прогнозування виходу на ринок інших товарів. Ця управлінська концепція робить акцент на умови ринку, особливо на умови конкуренції та збуту, як на критерій управління. Ця концепція вже наближається до маркетингу, але в ній ринкові умови враховуються лише як фактори випадкових відхилень від виробленої стратегії, а стратегічний план прилаштовується до таких змін, але не передбачає заходів, що спроможні активно впливати на ситуацію ринку [3]. Виробнича структура підприємства у свою чергу відображає характер розподілу роботи між окремими підрозділами, а також їх зв'язки в єдиному виробничому процесі з виготовлення продукції. Вона суттєво впливає на ефективність та конкурентоспроможність підприємства. Склад, розміри виробничих підрозділів, ступінь їх пропорційності, раціональність розміщення на території підприємства, стійкість виробничих зв'язків впливають на ритмічність виробництва та рівномірність випуску продукції, визначають надлишок виробництва та, внаслідок цього, рівень чистого прибутку підприємства. Тому ефективна виробнича структура підприємства повинна відповідати наступним критеріям: простота виробничої структури (достатній та обмежений склад виробничих підрозділів); відсутність дублюючих виробничих ланок; забезпечення прямих процесів виробничого процесу на основі раціонального розміщення підрозділів; пропорційність потужності цехів, дільниць, пропускної можливості устаткування; стабільні форми спеціалізації та кооперації цехів та дільниць; адаптивність, гнучкість виробничої структури, тобто її здатність до опера-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

тивної перебудови всієї організації виробничих процесів відповідно до змінної кон'юнктури ринку [1].

Провідні сучасні фірми використовують систему стратегічного управління, яка лежить в основі концепції маркетингу. Маркетинг розуміють як цілісну систему організації та управління діяльністю підприємством, яка забезпечує максимальний збут її продукції, досягнення значної активності виробничої діяльності та розширення ролі ринку. Суть маркетингу сформулювати так: «Виробляти те, що безумовно знаходить збут, а не намагатися нав'язати покупцю те, що вироблено». Основна мета маркетингу конкретної організації – забезпечення максимальної рентабельності її функціонування, що може бути досягнуто лише у разі відповідності продукції фірми ринковим вимогам.

Залежно від умов комерційної діяльності кожна фірма використовує відповідну теорію управління виробничою структурою. Існує кілька принципів класифікації виробничих структур. Залежно від підрозділу, діяльність якого покладено в основу виробничої структури, розрізняють цехову, безцехову, корпусну та комбінатську виробничі структури.

За цехової виробничої структури основним виробничим підрозділом є цех, тобто адміністративне відокремлена частина підприємства, що в ній виконується певний комплекс робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації. За характером своєї діяльності цехи поділяються на основні, допоміжні, обслуговуючі та побічні. Основні цехи виготовляють продукцію, призначену для реалізації на сторону, тобто продукцію, що визначає профіль та спеціалізацію підприємства [2, 5].

Допоміжні цехи виготовляють продукцію, що використовується для забезпечення власних потреб усередині самого підприємства. Обслуговуючі цехи та господарства виконують роботи, які забезпечують необхідні умови для нормального перебігу основних і допоміжних виробничих процесів. Побічні цехи займаються, як правило, утилізацією, переробкою та виготовленням продукції з відходів основного виробництва.

У структурі деяких підприємств існують експериментальні цехи, які займаються підготовкою та випробуванням нових виробів, розробкою нових технологій, проведенням різноманітних експериментальних робіт. На невеликих підприємствах з відносно простими виробничими процесами застосовується безцехова виробнича структура. Основою її побудови є виробнича ділянка, як найбільший структурний підрозділ такого підприємства. Виробнича ділянка – це сукупність територіальне відокремлених робочих місць, на яких виконуються технологічно однорідні роботи або виготовляється однотипна продукція.

На великих підприємствах кілька однотипних цехів можуть бути об'єднані в корпус. В цьому разі корпус стає основним структурним підрозділом підприємства. Така виробнича структура дістала назву корпусної. На підприємствах, де здійснюються багатостадійні процеси виробництва, характерною ознакою яких є послідовність процесів переробки сировини (металургійна, хімічна, текстильна промисловість)

використовується комбінатська виробнича структура, її основу становлять підрозділи, які виготовляють завершену частку готового виробу (чавун, сталь, прокат).

За формою спеціалізації основних цехів розрізняють технологічну, предметну та змішану виробничі структури. Ознакою технологічної структури є спеціалізація цехів підприємства на виконанні певної частки технологічного процесу або окремої стадії виробничого процесу (ливарні, термічні, механообробні, складальні цехи машинобудівного підприємства). Технологічна структура використовується переважно на підприємствах одиничного і дрібносерійного виробництва з різноманітною та нестійкою номенклатурою продукції [6].

Ознакою предметної структури є спеціалізація цехів на виготовленні певного виробу або групи однотипних виробів, вузлів, деталей з використанням різноманітних технологічних процесів та операцій (цех кузовів, задніх мостів, двигунів на автомобільному заводі). Предметну структуру виробництва поширено на підприємствах великосерійного й масового виробництва з обмеженою номенклатурою та значними обсягами продукції. Проте на практиці є дуже мало підприємств, де всі цехи спеціалізовано тільки технологічно або тільки предметно. Переважна більшість підприємств використовує змішану виробничу структуру, коли частину цехів спеціалізовано технологічно, а решту – предметно.

Залежно від наявності основних і допоміжних процесів розрізняють підприємства з комплексною та спеціалізованою структурами виробництва. Підприємства з комплексною виробничою структурою мають усю сукупність основних та допоміжних цехів, а зі спеціалізованою структурою – лише частину.

Стратегічне управління – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності організації, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) організації та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій.

Концепція стратегічного управління лежить в основі стратегічного мислення і знаходить вираз у характерних рисах її застосування. Характерні риси системи стратегічного управління певної організації залежать від взаємодії таких чинників: галузевої приналежності; розмірів організації (залежно від галузевих особливостей); типу виробництва, рівня спеціалізації, концентрації та кооперації; характерних рис виробничого потенціалу; наявності (відсутності) науково-технічного потенціалу; рівня управління; рівня кваліфікації персоналу тощо.

Підприємства зі спеціалізованою структурою поділяють на: – підприємства механоскладального типу, які отримують заготовки від інших підприємств; – підприємства складального типу, які випускають продукцію з деталей, вузлів та агрегатів, що виготовляються на інших підприємствах; – підприємства заготовочного типу, що спеціалізуються на виробництві заготовок; – підприємства, спеціалізовані на виробництві окремих деталей. У ринковій економіці, перехід до якої здійснює Україна, підприємства вільні в виборі тієї чи ін-

шої організаційної структури. Головне – домогтися ефективної праці відповідного структурного підрозділу [4].

На виробничу структуру впливає ряд факторів, які визначають специфіку виробничої структури підприємства у різних галузях: галузева незалежність, номенклатура продукції, її техніко–економічні особливості, використані ресурси; тип виробництва, рівень спеціалізації і кооперування; структура засобів праці, технології; ступінь складності конструкції і технологічність продукції; організація обслуговування обладнання, його ремонт і модернізація; мобільність виробничого процесу, тобто його спроможність оперативно переходити на випуск нової продукції; характер відтворюваного процесу в підрозділах підприємства.

Переваги стратегічного підходу до управління. Різні підходи до побудови системи стратегічного управління потребують чіткого уявлення про переваги цього явища в діяльності окремих підприємств. Реалізація концепції стратегічного управління організацією можлива лише тоді, коли організація є стратегічно орієнтованою. Стратегічно орієнтована організація – це така організація, в якій персонал має стратегічне мислення, застосовується система стратегічного планування, що дає змогу розробляти та використовувати інтегровану систему стратегічних планів, і поточна, повсякденна діяльність, підпорядкована досягненню поставлених стратегічних цілей.

Ринкові умови господарювання вимагають передусім нової виробничої структури відтворення фондів підприємства. Визначення оптимальної величини підприємства. Оптимальна величина підприємства – це така його величина, яка за даного рівня розвитку та технології, а також конкретних умов місцезнаходження і навколишнього середовища забезпечує виробництво і реалізацію продукції з мінімальними витратами [7].

На оптимізацію величини підприємства впливають різноманітні чинники, що визначають технічні та економіко–організаційні умови роботи підприємства, а також сприяють підвищенню його ефективності. До цих чинників можна віднести: а) продуктивність і потужність наявних засобів праці; б) прогресивність технологічного процесу; в) поєднання виробничих процесів; г) методи організації виробничого процесу.

Поглиблення спеціалізації основного виробництва. Ступінь удосконалення виробничої структури залежить від вибору форми спеціалізації виробничих ланок. Ці форми повинні відповідати типу і масштабу виробництва і бути єдиними для однакових економічних умов. Іншими словами, удосконалюючи структуру підприємства, необхідно використовувати одні й ті самі критерії у виборі форм спеціалізації цехів та дільниць, економічного обґрунтовувати створення кожного нового структурного підрозділу.

Розширення кооперації з обслуговування виробництва. Ефективна робота основного виробництва вимагає чіткого і безперебійного його обслуговування – ремонту основних фондів, забезпечення інструментом, енергією, іншими видами послуг. Завданням підприємства є виробництво кінцевої продукції, а тому основне виробництво має переважати

не тільки за питомою вагою виготовленої продукції, а й за кількістю працівників, засобів праці. Підвищення питомої ваги обслуговування при технологічному вдосконаленні і високому рівні технізації основного виробництва пов'язане зі збільшенням різних видів допоміжних і обслуговуючих підрозділів. Водночас абсолютна кількість допоміжних і обслуговуючих працівників повинна зменшуватись під впливом удосконалення рівня організації виробництва і підвищення кваліфікації працюючих.

Забезпечення високої якості продукції і послуг підприємства. Організація аналітичної роботи різних лабораторій: аналіз ефективності використання сировини і матеріалів; контрольно–вимірювальна діяльність; перевірка інструментів, приладів, устаткування; випробування комплектних виробів; аналіз причин поломок, простоїв. Забезпечення якості функціонування систем кругообігу й обороту фондів. Необхідний аналіз витрат з утримання та експлуатації устаткування в цеху, а також загально цехових витрат.

Вітчизняним організаціям останні кілька років критичну ситуацію створюють динаміка ринку, що важко прогнозується, безліч нових директивних рішень і законодавчих актів, внутрішні ресурси що тонуть і зростання агресивності зовнішнього середовища, особливо у фінансовій сфері. В цих умовах велике значення відводиться вдалому застосуванню в практику підприємств ідей і технологій стратегічного управління розвитком. Для досягнення успіху необхідне не тільки знання теоретичних засад стратегічного управління. Закордонні конкуренти використовують ті ж самі фундаментальні методи і підходи, що й українські керівники, але, на відміну від українських, досягають більших успіхів за рахунок ретельності, дисциплінованості, з якою вони розробляють і реалізують стратегії [1, 4].

Перевагами стратегічного мислення, що має першорядне значення, і усвідомленого стратегічного управління (протилегність вільної імпровізації, інтуїції або бездіяльності) є: забезпечення спрямованості всієї організації на ключовий аспект стратегії: «що ми намагаємося робити і чого домагаємося?»; необхідність менеджерів більш чітко реагувати на зміни, що з'являються, нові можливості і загрозливі тенденції; можливість для менеджерів оцінювати альтернативні варіанти капітальних вкладень і розширення персоналу, тобто розумно перенести ресурси в стратегічно обґрунтовані і високоефективні проекти; можливість об'єднати рішення керівників усіх рівнів управління, пов'язаних зі стратегією; створення середовища, що сприяє активному керівництву і протидіє тенденціям, які можуть привести лише до пасивного реагування на зміну ситуації [5].

Висновки

Перевага, що полягає в заохоченні активного управління, а не в простому реагуванні на зовнішні чинники, приводить до того, що новаторські стратегії можуть стати ключем до поліпшення результатів діяльності компанії в довгостроковому плані. З історії бізнесу відомо, що високих результатів домага-

лися звичайно компанії ініціативніші, а не ті, які просто реагували на умови, що змінилися, або захищалися. Досягаючи успіху, компанії роблять стратегічні наступи для забезпечення своєї конкурентної переваги, а потім використовують свою частку ринку, щоб досягти фінансових успіхів. Щоб визначити стратегію, необхідно вивчити внутрішній стан фірми і зовнішні чинники. Тільки чітко уявляючи положення своєї компанії на ринку, враховуючи його особливості, менеджер може краще визначити стратегію, що сприятиме досягненню намічених цілей і фінансових результатів, оскільки неправильна оцінка ситуації підвищує ризик невірної розробки стратегічних дій.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. Сокр. пер. с англ.; Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 2009. – 352 с.

2. Арефьева О.В., Сахаев В.Г., Ареф'єв О.В., Попрозман О.І. та ін. Економіка підприємства: Навч. посіб. / О.В. Арефьева, В.Г. Сахаев, О.В. Ареф'єв, О.І. Попрозман та ін. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – 237 с.

3. Манів З.О., Луцький І.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. / З.О. Манів, І.М. Луцький. – 2-ге вид. – (Вища освіта XXI століття). – К.: Знання, 2009. – 580 с.

4. Мацибора В.І., Збарський В.К., Мацибора Т.В. Економіка підприємства: Навч. посібник / В.І. Мацибора, В.К. Збарський, Т.В. Мацибора – К.: Каравела, 2008. – 312 с.

5. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегии / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел Пер.с англ.; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2011. – 336 с.

6. Васильева Е.С. Понятие производственной структуры и ее составляющие // Справочник экономиста – 2006. – №1 – С. 87.

7. Цебровская Э., Кориенко Н., Козарчук О. Слаженные звенья // Управленческий учет и бюджетирование. – 2009. – №1–2. – С. 56.

Т.В. МАНЖОС,
к. ф.-м. н., доцент, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана,
Ю.В. КУНИЦЬКА,
інженер-програміст першої категорії, НДЕІ «Квант-Радіоелектроніка»

Одноперіодна модель управління запасами в умовах невизначеності гібридного типу

У статті розглянуто задачу визначення оптимального розміру запасу підприємства в умовах нечітких випадкових даних. З огляду на лінгвістичний характер прогнозу майбутнього попиту побудовано алгоритм пошуку оптимального нечіткого значення і відповідного йому дійсного значення обсягу замовлення, що максимізує функцію прибутку. Розглянуто випадок, коли нечіткі дані є дискретною трапецеєвидною випадковою величиною.

Ключові слова: одноперіодна задача управління запасами, оптимальний обсяг запасу, дискретна нечітка випадкова величина, невизначеність гібридного типу.

Исследуется задача определения оптимального размера запаса предприятия в условиях нечетких случайных данных. Найден алгоритм поиска оптимального нечеткого значения и соответственного действительного значения размера заказа, которое максимизирует функцию ожидаемого дохода. Рассмотрен случай нечетких данных, представленных в виде дискретной трапецеидальной случайной величины.

Ключевые слова: однопериодная задача управления запасами, оптимальный размер запаса, дискретная нечеткая случайная величина, неопределенность гибридного типа.

We study the single-period inventory model where demand is fuzzy random value. The algorithm for determination

fuzzy and accordingly real order quantity was found. We investigated a case of discrete trapezoid data of demand.

Keywords: single-period inventory model, optimal order quantity, discrete fuzzy random value, hybrid uncertainty.

Постановка проблеми. При розв'язанні задач пошуку оптимальних стратегій управління запасами підприємств та їх об'єднань перед особами, відповідальними за прийняття рішень, постає питання, як врахувати невизначеність та випадковість попиту. У цьому розрізі при побудові моделей функціонування системи запасів слід брати до уваги дві складові невизначеності: стохастичну та лінгвістичну природу прогнозів. На даний час величезна кількість робіт вітчизняних та зарубіжних вчених присвячена моделям управління запасами в умовах, коли попит є дискретною або неперервною випадковою величиною з відомим або таким, який можна оцінити, законом розподілу ймовірностей. На практиці ж ця ситуація дещо ускладнюється, адже крім невизначеності суто стохастичного характеру існує невизначеність, пов'язана із судженнями експертів щодо майбутнього попиту на ресурс компанії. Оскільки на попит впливає велика кількість різноманітних чинників як ендогенного, так і екзогенного характеру, спрогнозувати його на основі лише даних з попередніх періодів надзвичайно важко. Крім того, детальна інформація про попит у минулих періодах часто від-