Доставка древесины на предприятие осуществляется при помощи услуг различных АТП. Склад производственно-торгового предприятия является центральным звеном, которое осуществляет ряд функций по преобразованию материальных потоков, накапливанию, переработке, обработки и распределению готовой продукции и отходов. Необходимой составляющей оптимизации бизнес процесса является информационная поддержка, которая является основой автоматизации, так называемой информационной системы, которая бы помогала руководителю принимать те или иные решения, на разных этапах работы, для более рационального использования имеющихся материальных и денежных средств.

Актуальность является в том, что ЛПР необходимо работать с огромным объемом информации, которую нужно изучить и обработать. В связи с этой проблемой остро стоит проблема автоматизации некоторых процессов, которые позволяют хранить, сортировать и обрабатывать ту или иную информацию.

Использование информационной системы позволяет эффективно использовать имеющиеся ресурсы. В частности помогает разработать эффективный маршрут по доставке древесины на обработку, а также управлять запасами, снижать затраты при планировании будущих закупок, оптимизировать использование складских площадей, повышать точность и оперативность учета продукции, качество отчетности, а также производительность труда.

УДК 658.8 : 655

НІЩЕНКО Д.О., ХАРЧЕНКО А.А., доцент, к.е.н.

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО АСОРТИМЕНТУ ВИДАВНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Планування оптимального асортименту продукції є актуальним, складним та багатоваріантним завданням. Обґрунтований вибір асортименту продукції забезпечує ефективність її виробництва і збуту в мінливому конкурентному середовищі. Світовий досвід показує, що лідерами в конкурентної боротьбі стають кампанії, які найбільш компетентні в асортиментній політиці та володіють методами її реалізації і можуть з найбільшим ефектом управляти цією політикою.

Задача формування оптимального асортименту є достатньо складною і серйозною, тому для її вирішення необхідно безпосередньо використовувати математичний апарат. Однак використання математичного апарату в чистому вигляді не враховує ряд додаткових факторів. Так, сьогодні необхідно враховувати не лише внутрішні обмеження – матеріальні, трудові, фінансові, ресурсні, але й фактори зовнішнього середовища – дії конкурентів, споживачів, постачальників. Також необхідно враховувати, наприклад, такі зовнішні фактори, як ціна, рекламні заходи і можливості, дії конкурентів, і такі внутрішні фактори, як технологічні, технічні, інвестиційні можливості, матеріально-технічна база підприємства.

Так само при формуванні асортименту торгового підприємства необхідно враховувати попит на продукцію, що реалізується. Але прогноз попиту необхідно будувати і розглядати не тільки точковий, але й інтервальний. У такий спосіб можливо підвищити якість побудованого прогнозу, а отже і достовірність отриманих результатів.

Крім того, у багатьох випадках асортимент товарів, що випускає підприємство, є досить широким, і для формування його оптимальної структури та ефективного управління необхідно здійснити АВС аналіз. За допомогою цього аналізу виділяють три групи товарів, у залежності від їх пріоритетності або, іншими словами, прибутковості для підприємства. Щоб виявити ті одиниці, на які є постійний попит і які, таким чином, найбільш важливі для підприємства, необхідно вже виконаний АВС аналіз доповнити XYZ аналізом. Потім уже, залежно від групи товару, що розглядається, підприємством будуть використовуватися різні математичні й аналітичні інструменти. В таких умовах необхідно розробити відповідні критерії та інструменти формування оптимального асортименту, які б дозволили приймати оперативні та вірні рішення стосовно до масштабів випуску продукції.

Таким чином, можна зазначити, що, за допомогою запропонованого підходу, підприємство буде мати можливість сформувати оптимальний асортимент, який буде користуватися необхідним попитом, що в свою чергу призведе до збільшення прибутковості фірми.

УДК 336.7

РЕШОТКА А.І., ХАРЧЕНКО А.А., доцент, к.е.н.

МОДЕЛЮВАННЯ СТРУКТУРИ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ НА БАЗІ ІНДИВІДУАЛЬНИХ РИЗИКІВ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ

Проблема управління банківським ризиком є необхідною частиною стратегії і тактики виживання та розвитку будь-якого комерційного банку, так як неповернення кредитів може призвести до банкрутства банку, а також до банкрутства пов'язаних із ним підприємств, банків і приватних осіб. Питання оцінки кредитного ризику є чи не найважливішою проблемою, яку намагаються вирішити фінансисти в усьому світі. В центрі уваги вивчення кредитних ризиків знаходиться вірогідність дефолту, під яким розуміється відмова від виконання фінансової угоди.

На сучасному етапі для вітчизняної банківської системи України є актуальним завдання побудови системи управління кредитним ризиком, яка включає комплексний підхід до оцінки ризиків позичальників з метою їх зниження під час інвестування банками коштів у розвиток економіки. Більшість вітчизняних банків використовує так званий традиційний підхід до оцінки кредитоспроможності, який полягає у застосуванні стандартних аналітичних методів. Однак результати оцінювання кредитоспроможності за чинними методиками не дають об'єктивної інформації для прийняття зважених і обґрунтованих фінансових рішень. Тому для вдосконалення підходу визначення кредитного ризику застосовують рейтингову систему оцінювання позичальників, де рейтинг є інструментом безпосередньої оцінки кредитних ризиків. Рейтингові класи формуються на основі оцінок імовірності дефолту.

Для оцінки кредитного ризику пропонується методика, яка дозволяє його оцінити із врахуванням внутрішнього класу позичальника. Суть цього підходу складається у наступному. Здійснюється розрахунок групи показників стабільності позичальників. Далі порівнюють отриманні значення показників зі стандартними значеннями коефіцієнтів для відповідної галузі та присвоюють відповідну кількість балів кожному показнику позичальника в залежності від відхилення від стандартних значень коефіцієнтів. Далі здійснюють розрахунок загальної суми балів позичальника та визначають його клас. На основі цієї інформації визначають вірогідність дефолту для конкретного класу та конкретної галузі економічної діяльності позичальників.

На основі отриманих оцінок вірогідності дефолту визначають стратегії кредитування з метою формування ефективної структури кредитного портфеля.

Застосування даного підходу дозволить банку отримувати точну оцінку імовірності дефолту на основі фундаментального аналізу показників бізнесу підприємства з урахуванням галузевої та макроекономічної кон'юнктури та на основі результатів оцінки розрахувати максимально можливі збитки по кредитному портфелю для заданої довірчої ймовірності та визначити подальшу стратегію кредитування.