

Tato práce se zabývá klasickým problémem stochastické optimalizace zvaným problémem prodavače novin. Prodavač se musí vždy rozhodnout, kolik má objednat výtisků v případě, že poptávka je náhodná. Tento jednoduchý model je potom rozšířen následovně: aditivní a multiplikatívni způsob endogenní poptávky, objektivní funkce složená z očekávané hodnoty a podmíněné míry rizika CVaR zisku, vícekriteriální optimalizace s poptávkou závislou na ceně, více produktů se závislými nebo nezávislými poptávkami, distribuční robustnost. Ve většině případů je poskytnuto optimální řešení. Práce končí numerickou studií, která porovnává výsledky dvou modelů po aplikaci metody SAA. Tato studie je provedena na reálných datech.