

## **БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНА ЗАДАЧА ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ПРИ ВИБОРІ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ**

Власюк Ю.О., к.е.н.

Таврійський державний агротехнологічний університет м. Мелітополь,  
Україна

Summary: methods of supplier evaluation and selection have been considered. Criteria of selecting suppliers of vegetable products have been substantiated..

Keywords: supplier, evaluation criteria, pair comparison, hierarchy

Постановка проблеми. Проблема вибору торговельними підприємствами постачальників продукції є однією з основних, адже ефективна діяльність підприємств потребує безперебійного постачання товарів у необхідних обсягах, певного асортименту, якості, за вигідними для торговельного підприємства цінами тощо. Основні матеріали дослідження. Процес вибору постачальників, як і переважна більшість процесів прийняття управлінських рішень, складається з визначення потреб, планування, генерування низки альтернатив, встановлення пріоритетів, вибору найкращої лінії поведінки після знаходження альтернатив, прогнозування результатів тощо. Рішення щодо вибору постачальника приймається на основі суджень о значній кількості факторів, які мають числове вираження, та тих, що кількісно не відображуються, що значно ускладнює процес та потребує застосування специфічних методів. Для оцінки і вибору постачальників, як правило використовують два експертних методи: експертно-баловий метод та метод попарних порівнянь. До основних недоліків першого відносять значну суб'єктивність, другого –

недостатнє врахування можливості зміни ситуації[2,3]. При цьому, метод попарних порівнянь забезпечує більш об'єктивні експертні оцінки та дає можливість здійснювати і якісні, і кількісні порівняння. Наявність спеціалізованих програмних продуктів, у свою чергу, значно спрощує процес здійснення розрахунків та прийняття рішення. Процес вибору постачальника передбачає побудову дерева цілей або ієрархії цілей. Завдання, яке необхідно виконати передбачає розгляд низки альтернатив та вибір оптимального варіанту. Кожна альтернатива оцінюється за певними критеріями, у їх взаємозв'язку та взаємозумовленості. Першому (верхньому) рівневі ієрархії відповідає проблема, що розв'язується, нижчим рівням – групи критеріїв та/або власне критерії, за якими оцінюються альтернативи, що розглядаються, останньому рівневі ієрархії відповідають альтернативи. Таким чином, алгоритм вирішення даного завдання може бути представлений послідовністю наступних кроків: 1. Вибір оціночних критеріїв

та побудова ієрархії. 2. Здійснення попарних порівнянь обраних критеріїв та альтернатив за обраними критеріями. 39

40

3. Безпосередньо розв'язок завдання. 4. Обґрунтування висновків.

Початковий етап зазначеного процесу присвячено обґрунтуванню критеріїв вибору постачальника. Від встановлення оціночних критеріїв залежить ефективність подальших кроків. Проблему вибору постачальника активно досліджують вже понад 50 років. Згідно з дослідженнями Ф. Котлера [1], основними є такі критерії, як ціна, якість товару, надійність постачальника, віддаленість постачальника від споживача, термін виконання замовлень, періодичність постачань, умови платежу (готівкою або безготівковий), мінімальний розмір партії товару, можливість отримати знижки та її розмір, частка постачальника у покритті витрат, повнота асортименту, умови розподілу ризиків, наявність сервісного обслуговування, рекламна підтримка, репутація постачальника, фінансове становище постачальника і його кредитоспроможність. При цьому дані критерії можуть варіюватися залежно від типу продукції, умов діяльності торговельного підприємства, ринкової ситуації тощо. На завершальному етапі відбору постачальників овочевої продукції для супермаркету було вирішено застосовувати оціночні критерії, що наведені у таблиці 1. У якості альтернатив розглядається чотири постачальника овочів, які мають різні виробничі потужності, можуть запропонувати певні умови поставок, асортимент продукції тощо. Таблиця 1

Характеристика постачальників овочевої продукції Показники  
Постачальники ФГ «Надія» ПП «Зайцев» ТОВ «Нива» ТОВ «Агро Плюс»

Виробнича потужність

площа, відведена під вирощування овочів – 8 га

площа, відведена під вирощування овочів – 3 га

площа, відведена під вирощування овочів – 35 га

посередник, з високим рівнем забезпеченості складськими приміщеннями

Фінансовий стан

нестійкий фінансовий стан

нестійкий фінансовий стан

стійкий фінансовий стан

стійкий фінансовий стан

Ціна товару середня вища за середню нижча за середню вища за середню  
Система знижок не передбачено не передбачено не передбачено за умовами  
контракту Відстрочка оплати не передбачено до 10 днів до 2 міс до 1 міс  
Можливість позапланових поставок лише в окремих випадках ні (брак  
потужностей) не за всіма видами продукції передбачено у більшості випадків  
Розподіл ризику не передбачено не передбачено передбачено передбачено  
Умови постачання ввечері власним транспортом транспорт замовника у будь-  
який час власним транспортом у будь-який час власним транспортом

40

41

Стабільність поставок

іноді можуть бути сформовані менші партії, ніж зазначено у договорі, або  
затримки в 1-2 дні

можуть бути сформовані менші партії, ніж зазначено у договорі, або  
затримки в 1-3 дні

збої у поставках бувають дуже рідко

порушення умов контракту лише у екстрених випадках

Асортимент обмежений

обмежений, але вирощується дефіцитна продукція

широкий дуже широкий

Сорт продукції вищий та I сорт вищий та I сорт I та II сорт вищий та I сорт  
Упаковка якісна, продукцію відсортовано якісна, продукцію відсортовано  
неякісна, продукцію не відсортовано середньої якості, продукцію  
відсортовано Умови вирощування продукції відповідають в повній мірі  
відповідають в неповній мірі відповідають в неповній мірі невідомі

Для вирішення поставленої задачі доцільно використати спеціалізований  
програмний продукт «Аналіз ієрархій». В результаті отримали вектор  
пріоритетів та діаграму пріоритетів (Рис.1.).

Рис. 1. Вектор та діаграма пріоритетів

Висновки. На основі проведених попарних порівнянь встановлено, що оптимальним варіантом буде укладання договору з ТОВ «Агро Плюс». Застосування даного методу знижує ступінь суб'єктивності при прийнятті рішення, що в цілому позитивно вплине на діяльність супермаркету. Список літератури 1. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с. англ. / Ф.Котлер. – М.: Прогресс, 2003. – 736 с. 2. Майкл Р. Линдерс. Управление снабжением и запасами. / Линдерс Р. Майкл. – СПб: ООО "Виктория плюс", 2002. – 768 с. 3. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий Перевод с английского Р. Г. Вачнадзе / Т. Саати. – Москва «Радио и связь» 1993. – 278 с.