

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЧНОЇ БАЗИ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОГО ПОСТАЧАЛЬНИКА

Ковальчук С.О., Національний транспортний університет, м. Київ, Україна

METHODOLOGICAL RESEARCHING BASE OF OPTIMAL SUPPLIER CHOICING

Kovalchuk S.O., National transport university, Kyiv, Ukraine

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЙ БАЗЫ ВИБОРА ОПТИМАЛЬНОГО ПОСТАВЩИКА

Ковальчук С.А., Национальный транспортный университет, г. Киев, Украина

Постановка проблеми. Проблеми вибору оптимального постачальника, який би був надійним партнером для підприємств, установ та організацій, є одними з найважливіших питань в умовах сучасного ринку. Так на ринку функціонує велика кількість постачальників товарів, робіт та послуг, але існує ряд критеріїв, які їх відрізняють.

Питаннями вибору постачальника займалися такі вчені, як Майкл Р. Ліндерс, Харольд Е. Фіроном, Ф. Котлер, Б.А.Анікін, А.М.Гаджинський, К. Ендрюс, А. Дж. Стрікленд, Х. Макмільян, М. Сасенко, Л.Балабанова.

Виділяють декілька основних підходи до вибору постачальника товарів, робіт та послуг.

Експертний підхід – ґрунтується на оцінках постачальника фахівцями, які можуть адекватно оцінити ті чи інші параметри, що характеризують постачальника. Таким чином, вибір оптимального постачальника відбувається на основі отриманих рейтингів або інтегральних експертних оцінок. Недоліком є те, що між вибором з декількох постачальників експерти оцінюють їх суб'єктивно, але при збільшенні кількості постачальників, суб'єктивізм експертів зменшується, так як збільшується кількість оцінок.

При оцінках постачальників доцільно дотримуватись певних критеріїв. Зокрема, незначна відмінність в твердженнях не має сильно впливати на відповідне числове значення, й навпаки, значна відмінність має відображатись відповідним збільшенням на числовій шкалі [1].

Аналітичний підхід – ґрунтується на розрахунковому ряді показників, що характеризують постачальника. Недоліком цього методу є те, що потенційний постачальник не завжди надає достовірну інформацію. Тому, при відсутності та недостовірності даних, розрахунки не відображають в повній мірі доцільності співпраці з таким постачальником.

На даний момент на ринку функціонує велика кількість постачальників і тому виникає проблема вибору оптимального постачальника, який буде в подальшому надійним партнером. Оптимальний постачальник має задовольняти потреби замовника в повному обсязі та своєчасно.

Для вибору оптимального постачальника можуть застосовуватись різні методи [2,3,4]:

- оголошення конкурсу (тендера);
- вивчення рекламних матеріалів;
- відвідування ярмарок, виставок;
- листування або особисті контакти з можливими постачальниками та інші методи.

Зарубіжні фахівці наводять моделі, що поєднують експертну оцінку, методи формування обмежень деяких показників, та економічні розрахунки з використанням закупівельних цін постачальників. У той же час немає чіткої формалізованої моделі, яка орієнтована на кількісну оцінку постачальника.

Ефективний вибір оптимального постачальника залежить від оцінювання його спроможності задовольняти такі критерії: якість товарів / послуг, обсяги постачань, рівня ціни на товари / послуги, рівня обслуговування, надійності і т.д.

Прийнятними є два напрями вибору оптимального постачальника:

- вибір оптимального постачальника з підприємств, з якими вже встановлено ділові відносини, що полегшує вибір, оскільки попередньо відома інформація про їхню діяльність. У цьому випадку застосовується алгоритм: аналіз одержаної інформації про роботу з постачальником; аналіз інформації за критеріями вибору; прийняття рішення про вибір оптимального постачальника;

- вибір нового оптимального постачальника на основі результатів пошуку і аналізу нової інформації. В цьому випадку багато часу витрачається на перевірку потенціального постачальника або проведення конкурсу, але витрати можуть бути окуплені, якщо потенційний постачальник складе конкуренцію існуючому.

Як правило, первинним критерієм відбору є ціна та якість товару або послуги. Якщо умови ціни та якості задовольняють потреби замовника то для подальшого аналізу можуть застосовуватись різноманітні методи оцінки постачальників. У цьому випадку можуть застосовуватись такі моделі, як домінуюча модель, лексикографічна модель, модель очікуваної корисності, може застосовуватись метод експертних оцінок та система ранжирування. Критерії ранжирування обираються виходячи з вимог замовника, які пред'являються до оптимального постачальника.

До числа значущих характеристик постачальника, як правило відносять, якість товарів/послуг, фінансові умови, розташування, супутній сервіс та інше.

Одним з найбільш вагомих критеріїв відбору є якість. Надійність постачальника також є одним з ключових показників, що визначає його здатність задовольняти на протязі тривалого часу, вимоги замовника до якості товарів/ послуг, терміну постачання та об'ємам. Партнерство з надійним постачальником, це один з головних принципів у сучасних мікрологістичних стратегіях.

Велике значення при виборі оптимального постачальника, також має його здатність задовольняти певні потреби замовника та швидко реагувати на їх зміни.

Наступну сферу параметру оцінки оптимального постачальника складають фінансові умови. Головне місце тут займає ціна товарів або послуг. Але в певних випадках на перший план виступають й інші фінансові умови, наприклад здатність постачальника надавати розстрочку платежу, надавати товари / послуги в кредит. Важливу роль, також, відіграють знижки.

Крім того існує велика група якісних показників, які відіграють важливу роль при виборі оптимального постачальника, до таких показників відносяться: ділова репутація, відсутність негативних повідомлень про нього від партнерів по бізнесу або в засобах масової інформації, доброзичливість, здатність до контакту та довгостроковим партнерським відносинам.

Велику роль відіграє також його географічне розташування. Важливість цього критерію обумовлюється перш за все транспортними витратами на транспортування товарів.

У таблиці 1 наведено методи оцінки та рейтингування постачальників, та наведено суть, переваги та недоліки цих методів [5].

Таблиця 1 – Методи оцінки та рейтингування постачальників

Метод	Сутність методу	Переваги	Недоліки
1. Категорії переваг	Такий метод має на увазі наявність великої та різноманітної інформації з багатьох джерел	Інформація з різних джерел, що дає їй бути більш достовірною	Складність в отриманні інформації
2. Оцінки витрат	Весь досліджуваний процес постачання ділиться на кілька можливих варіантів, і для кожного розраховуються всі витрати і доходи. Потім з набору варіантів вибирається найбільш вигідний	Дозволяє визначити «вартість» вибору постачальника	Потребує значного обсягу інформації та аналізу інформації щодо кожного постачальника
3. Домінуючі характеристики	Зосередження на одному вибраному параметрі (критерії)	Простота	Ігнорування інших факторів – критеріїв
4. Бальний	Вибираються основні критерії вибору постачальника, далі працівниками служби закупівель або залученими експертами встановлюється їх значущість експертним шляхом	Постачальників можна оцінити в балах	У разі звернення до потенційних постачальників складно отримати об'єктивні дані, необхідні для роботи експертів

Метод	Сутність методу	Переваги	Недоліки
5. Сааті (ієрархій)	Порівняння різних критеріїв або об'єктів між собою для розробки загальної ієрархії та становить парні порівняння	Дозволяє працювати з якісними критеріями та дозволяє визначити пріоритетність вибору кожного потенційного постачальника	одночасно можна порівнювати до 15-ти альтернатив; матриці парних порівнянь (МПП) та уся ієрархія мають бути узгодженими; елементи МПП, порівнювані попарно, мають бути порівнянними за дев'ятибальною шкалою, запропонованою Т. Сааті; метод вимагає значної участі експертів для виконання попарних порівнянь альтернатив і критеріїв.

Однак наведені методи мають певні недоліки. Застосування одних методів передбачає необхідність збору й аналізу значного обсягу інформації, інших – зосередження уваги на одному з факторів (або критеріїв) та ігнорування інших, що, на думку автора, є не досить коректним. До того ж автор вважає, що вибір підприємств-постачальників товарних ресурсів повинен здійснюватися в контексті зв'язку пріоритетності кожного постачальника з урахуванням відповідності всіх критеріїв, які з точки зору певного торговельного підприємства є для нього важливішими [6].

Робота над стратегією вибору оптимального постачальника починається зі всебічного вивчення ситуації, яка склалася на ринку в якому діє замовник. Одним з інструментів регулярного стратегічного управління є матриця якісного стратегічного аналізу, або матриця SWOT-аналізу.

Застосування методу SWOT дає можливість встановити лінії зв'язку між силою та слабкістю, які притаманні організації, і зовнішніми загрозами та можливостями. SWOT-аналіз підкреслює, що стратегія повинна якнайкраще поєднувати внутрішні можливості компанії (її сильні та слабкі сторони) і зовнішню ситуацію, частково відображену в можливостях і загрозах. Тому, стратегічний баланс, тобто поєднання негативних та позитивних факторів, що впливають на діяльність підприємства, як ззовні, так і зсередини, допомагає правильно оцінити можливості, які відкриваються перед компанією в майбутньому [6].

SWOT-аналіз – це інструмент стратегічного аналізу, суть якого полягає у встановленні зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами) і слабкостями, результати якого надалі можна використати для формулювання і вибору стратегій підприємства [7].

Реалізація SWOT-аналізу на практиці дасть змогу перетворити власні слабкі сторони в сильні та усунути зовнішні загрози за рахунок наявних можливостей. А також дасть змогу більш якісного відбору постачальників, саме тих, які потрібні підприємству у реалізації пріоритетів та цілей, що зменшить ризик у майбутньому, а також дасть певні гарантії надійності.

Висновок. Вибір оптимального постачальника є складною багатоступінчатою процедурою, від результатів якої в подальшому залежить подальше функціонування підприємства. Запропоновані у статті моделі та методи, дозволяють обрати з числа потенційних постачальників оптимального, що дозволить в подальшому вигідно закуповувати товари/послуги, більш тісно співпрацювати, отримувати суттєві знижки, вести спільні проекти.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Саати Т. Математические модели конфликтных ситуаций / Т.Саати. – М.: «Сов. радио», 1977. – 304 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: перевод с англ. / Ф.Котлер. – М.: Прогресс, 2003. – 736 с.
3. Петрович Й.М., Захарчин Г.М. Організація виробництва: Підручник – Львів: «Магнолія плюс», 2006. – 400 с.
4. Майкл Р. Линдерс. Управление снабжением и запасами. / Линдерс Р. Майкл. – СПб: ООО «Виктория плюс», 2002. – 768 с.
5. Тимошенко И.И. Менеджер организации : учебное пособие / И.И.Тимошенко, А.С.Соснин. – К. : Е.У.Ф., 1999. – 348 с.
6. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; под. ред Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
7. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства : навч. посібн. / під ред. док. екон. наук, професора, академіка АЕН України, зав. кафедри маркетингового менеджменту Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського Л. В. Балабанової. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2001. – 180 с.

REFERENCES

1. T. Saaty. Matematycheskiye models knflyktnyh situations / T.Saaty. – M. : "Sov. Radio ", 1977. – 304 p.
2. F. Kotler. Marketing Basics: Translation with Eng. / Firm of. – M. : Progress, 2003. – 736 p.
3. Petrovich Y.M., Zaharchyn G.M. Organization of production: Tutorial – Lviv: "Magnolia Plus", 2006. – 400 p.
4. Michael R. Lynders. Manage snabzhenyem and stocks. / Michael R. Lynders. – St. Petersburg: LLC "Victoria plus", 2002. – 768 p.
5. Tymoshenko I.I. Manager of the organization: uchebnoe posobyе / Y.Y.Tymoshenko, A.S.Sosnyn. – K: E.U.F., 1999. – 348 p.
6. Thompson A.A. Stratehycheskyy Management: Art of development and Implementation Strategy: Textbook for Universities / AA Thompson, AJ. Strickland; under. Ed L. Zaitsev, MI Sokolovoy. – Moscow: Banks and exchanges, UNITY, 1998. – 576 p.
7. SWOT-analysis – Basis of marketing strategy firm: teach. posibn. / Ed. Doc. Econ. , Professor, Academician of Ukraine, Head. the Department of Marketing Management Donetsk State University of Economics and Trade named. Mikhail Tugan-Baranovsky L. Balabanov. – Donetsk: DonDUET, 2001. – 180 p.

РЕФЕРАТ

Ковальчук С.О. Дослідження методологічної бази вибору оптимального постачальника / С.О.Ковальчук // Вісник Національного транспортного університету. Серія «Технічні науки». Науково-технічний збірник. – К. : НТУ, 2015. – Вип. 1 (31).

В статті розглянуто особливості вибору оптимального постачальника, критерії оцінки оптимального постачальника. Зроблено висновки про ефективність застосування підходів для вибору оптимального постачальника товарів/послуг.

Об'єкт дослідження – методи та моделі вибору оптимального постачальника.

Мета роботи – розробка рекомендацій щодо процесу використання методів статистичного аналізу для формування матриці альтернативних проектних рішень з врахування циклічного розвитку ринкового середовища.

Результати статті створюють науково-теоретичну базу для формалізації чинників які впливають на прийняття рішень з вибору оптимального постачальника.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ОПТИМАЛЬНИЙ ПОСТАЧАЛЬНИК, ВИБІР, МОДЕЛІ, ОЦІНКА, КРИТЕРІЇ, ЯКІСТЬ.

ABSTRACT

Kovalchuk S.O. Methodological researching base of optimal supplier choicing. Visnyk National Transport University. Series «Technical sciences». Scientific and Technical Collection. – Kyiv: National Transport University, 2015. – Issue 1 (31).

In the article features of choosing the best vendor evaluation criteria optimal supplier. The conclusions about the effectiveness of approaches to choose the best supplier of goods / services.

Object of study – methods and models of choosing the best provider

Purpose of the study develop recommendations for process use methods of statistical analysis to form a matrix of alternative design solutions with consideration of cyclical market environment

The results of the article provide scientific and theoretical basis for the formalization of the factors that influence the decision on choosing the best supplier.

KEYWORDS: OPTIMAL SUPPLIER, CHOICE, MODELS, ESTIMATION, CRITERIA, QUALITY.

РЕФЕРАТ

Ковальчук С.А. Исследование методологической базы выбора оптимального поставщика / С.О.Ковальчук // Вестник Национального транспортного университета. Серия «Технические науки». Научно-технический сборник. – К. : НТУ, 2015. – Вып. 1 (31).

В статье рассмотрены особенности выбора оптимального поставщика, критерии оценки оптимального поставщика. Сделаны выводы об эффективности применения подходов для выбора оптимального поставщика товаров/услуг.

Объект исследования – методы и модели выбора оптимального поставщика.

Цель работы – разработка рекомендаций относительно процесса использования методов статистического анализа для формирования матрицы альтернативных проектных решений с учетом циклического развития рыночной среды.

Результаты статьи создают научно-теоретическую базу для формализации факторов, которые влияют на принятие решений выбора оптимального поставщика.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ОПТИМАЛЬНЫЙ ПОСТАВЩИК, ВЫБОР, МОДЕЛИ, ОЦЕНКА, КРИТЕРИИ, КАЧЕСТВО.

АВТОР:

Ковальчук Світлана Олександрівна, Національний транспортний університет, старший викладач кафедри транспортного права та логістики, e-mail: swettla@ukr.net, тел. +380442544326, Україна, 01010 м. Київ, вул. Суворова, 1, к. 439.

AUTOR:

Kovalchuk Svetlana O., National Transport University, senior lecturer in department of transport law and logistics, e-mail: swettla@ukr.net, tel. +380442544326, Ukraine, 01010 Kyiv, str. Suworov, 1, k 439.

АВТОР:

Ковальчук Светлана Алексеевна, Национальный транспортный университет, старший преподаватель кафедры транспортного права и логистики, e-mail: swettla@ukr.net, тел. +380442544326, Украина, 01010 г. Киев, ул. Суворова, 1, к. 439.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Мельниченко О.І., кандидат технічних наук, професор, Національний транспортний університет, професор кафедри транспортного права та логістики, Київ, Україна.

Далека В.Х., доктор технічних наук, професор, Харківський національний університет міського господарства імені О.М.Бекетова, завідувач кафедри електричного транспорту, Харків, Україна.

REVIEWER:

Melnichenko O.I., PhD, Engineering (Dr.) associate professor, National Transport University, associate department of transport law and logistics, Kyiv, Ukraine.

Daleka V.H., PhD, Engineering (Dr.) associate professor, Kharkiv National University urban economy named O.M.Beketova, head of the department electric vehicles, Kharkov, Ukraine.