

3. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. К.: Ника - Центр Эльга, 2000. Т. 2, 2004. 289с.
4. Бердар М.М. Управління процесом формування і використання фінансових ресурсів підприємства на основі логістичного підходу. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 5 (83). С. 133–138.
5. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: учебник. М.: ИНФРА-М, 2001. 608 с.

МЕТОДИ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОГО ПОСТАЧАЛЬНИКА

*Баба Яссін, здобувач вищої освіти-магістрант 2 року навчання,
yassinebaba1995@gmail.com*

*Науковий керівник: Бочарова Н. А., к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

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.

Виділяють декілька основних підходів 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 відобразитись відповідним збільшенням на числовій шкалі.

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: 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 домінантна 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.

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 критерії) та ігнорування інших, що, на думку автора, є не досить коректним. До того ж вибір підприємств-постачальників товарних ресурсів повинен здійснюватися в контексті зв'язку пріоритетності кожного постачальника з урахуванням відповідності всіх критеріїв, які з точки зору певного підприємства є для нього важливішими.

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
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.

Вибір оптимального постачальника є складною багатоступінчатою процедурою, від результатів якої в подальшому залежить подальше функціонування підприємства. Розглянуті 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.