

### Библиографические сноски:

1. Мельникова Е.Н. Причины низкой эффективности предприятий хлебопекарной промышленности России // Вестник ОГУ №11- 2015, с.104-112.
2. Корзун Л.Н. Оценка влияния различных факторов на эффективность хлебопекарного производства в Курской области // Экономика и предпринимательство, № 9, 2013 г., с.43-49.
3. Богомолов И.П., Магомедов К.Г. Экономическая эффективность инновационных технологий хлебопекарной промышленности // Вестник ВТУИТ, №4, 2014, с.63-68.
4. Квасова С.А. Повышение эффективности отечественных предприятий хлебопекарной промышленности и влияние ВТО // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, с.199-207.
5. Пармакли Д.М., Тодорич Л.П., Дудогло Т.Д., Яниогло А.И. Эффективность землепользования: теория, методика, практика. Монография. [Текст] // Комрат : Б.и. (Типогр. "Centrografic"). – 2015. – 274 р.
6. Пармакли Д.М., Тодорич Л.П., Дудогло Т.Д., Кураксина С.С., Яниогло А.И. Продуктивность земли в сельском хозяйстве. Монография: под ред. Д.М. Пармакли; Комрат. Гос.ун-т, Н-и. центр «Прогресс».- Комрат, 2017 (Типогр. "Centrografic"). – 242 р.
7. Колева Д.Ф. Показатели экономической эффективности на транспортных предприятиях. Сборник научных статей по материалам XX международной студенческой научной конференции (Гродно, 23 мая 2019 года), с.171-173.

CZU 658.5

### АЛГОРИТМ И МЕТОДЫ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКОВ

**СОРОКА Лариса,**  
кандидат экономических наук,  
доцент кафедры управления  
предпринимательской и туристической деятельностью  
Измаильский государственный гуманитарный университет, (Украина)

**СОРОКА Артем,**  
Магистрант,  
Измаильский государственный гуманитарный университет, (Украина)

### АННОТАЦИЯ

В статье сделана попытка усовершенствовать методический инструментарий выбора поставщиков сырья и материалов для хозяйствующих субъектов. Рассмотрен алгоритм и методы выбора поставщиков ресурсов для предприятия. Установлено, что существует множество подходов к выбору лучшего поставщика. Акцентируется внимание на эффективности использования методов экономико-математического моделирования. Освещены преимущества и недостатки рассмотренных методов.

**Ключевые слова:** система логистики, поставщики, методы выбора поставщиков, аналитические методы, методы экспертных оценок, рейтинговые методы.

### ALGORITHM AND METHODS FOR SELECTING SUPPLIERS

**SOROKA Larisa,**  
PhD in Economics, Associate Professor,  
Department of Management of Entrepreneurial and Tourist Activities,  
Izmail State University of Humanities,  
(Ukraine)

**SOROKA Artem,**  
Undergraduate,  
Izmail State University of Humanities,  
(Ukraine)

## SUMMARY

The article makes an attempt to improve the methodological tools for selecting suppliers of raw materials for business entities. The algorithm and methods for selecting resource providers for the enterprise are considered. It has been established that there are many approaches to choosing the best supplier. Attention is focused on the efficiency of using methods of economic and mathematical modeling. The advantages and disadvantages of the considered methods are highlighted.

**Key words:** logistics system, suppliers, methods for selecting suppliers, analytical methods, expert assessment methods, rating methods.

**Постановка проблемы в общем виде.** Процесс выбора поставщика - это одна из главных задач системы логистики предприятия. Однако, некоторые менеджеры не уделяют должного внимания процедуре отбора надежного поставщика, что приводит к снижению эффективности деятельности организации. Всем известно, что невозможно производить качественные товары и услуги, которые являются конкурентоспособными, если фирма не имеет надежных контрагентов.

Некоторые исследования показывают, что во многих компаниях мира, по крайней мере, 50% проблем, связанных с качеством, возникает из-за сырья и материалов, которыми их обеспечили компании-поставщики. Поэтому эффективное решение задачи выбора поставщика является основой успешного функционирования и создания устойчивой базы снабжения любой компании [1].

Именно поэтому перед менеджерами всех предприятий, возникает проблема поиска и выбора надежного поставщика. От грамотного выбора методов решения данной задачи зависит эффективность закупочной деятельности предприятия, а значит и его результативность.

Поэтому в рыночных условиях хозяйствования мы наблюдаем пристальное внимание компаний к выбору поставщиков и предъявление к ним более высоких требований.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Сегодня научно-обоснованный подход к выбору поставщиков находится в центре внимания и у отечественных исследователей и у зарубежных специалистов. Значительный вклад в изучение данного вопроса сделали такие ученые как Аникин Б., Котляр Е., Линдерс М., Маркозов Д., Фирон Х., Череп В. и другие.

Однако, огромное количество методов и подходов к выбору поставщиков, которые существуют в теории экономической науки, а в практике хозяйствующих субъектов остаются до конца не исследованными.

Поэтому целью статьи является усовершенствование методов отбора потенциальных поставщиков с целью выбора из них наиболее оптимальных.

**Изложение основного материала.** Отбор потенциальных поставщиков - это сложный процесс, состоящий из многих этапов.

На первом этапе менеджеры занимаются поиском возможных партнеров-поставщиков. В

рамках данного процесса управленцами могут выполняться множество функций, таких как сбор и обработка информации о потенциальной фирме-поставщике. С целью получения необходимой информации менеджеры осуществляют такие мероприятия как: поиск информации в сети Интернет; обработка материалов средств массовой информации; знакомство с каталогами и прайс-листами; получают информацию из рекламных материалов; посещают конкурсы, выставки, ярмарки; дают объявление об организации конкурса на проведение закупок и т.д.

Второй этап предусматривает анализ потенциальных поставщиков по некоторым критериям. Число и важность критериев каждое предприятие устанавливает индивидуально в зависимости от многих факторов. Наиболее часто в таком процессе используются следующие критерии оценки: качество продукции, цена продукции, условия поставки, наличие послепродажного сервиса, надежность фирмы-поставщика и его финансовое состояние, географическое положение поставщика, имидж потенциального партнера, наличие транспортная инфраструктура и тому подобное.

После проведения специалистами службы логистики ряда действий на предыдущих этапах появляются определенные результаты: набор критериев, предъявляемых к потенциальным партнерам-поставщикам и список фирм, которые наиболее полно соответствуют установленным требованиям.

Поэтому, на следующем этапе основная задача управленцев состоит в том, чтобы отобрать необходимое количество поставщиков.

Существует множество подходов к выбору лучшего поставщика. Однако их можно сгруппировать в несколько групп.

К первой группе можно отнести аналитические методы отбора, которые базируются на расчете ряда показателей характеризующих хозяйственную деятельность потенциального поставщика.

Однако, Кондратюк Д. [2] отмечает, что недостатком аналитического подхода является то, что потенциальный поставщик не всегда предоставляет полную информацию о себе. Таким образом, при отсутствии корректных данных определенные параметры расчета не могут отражать полностью целесообразность сотрудничества с тем или иным поставщиком.

Мы, в свою очередь, хотели бы заметить, даже в случае, когда информационная база является полной и корректной, мы можем рассчитывать только на получение точных результатов расчетных показателей. Выбор же поставщиков из сформированной базы, будет затруднен из-за наличия большого количества потенциальных партнеров и из-за сложности выбора одного из них по группе показателей.

Эту проблему можно решить, если воспользоваться методом доминирующих характеристик, который базируется на том, что аналитики выбирают только один фактор, который, на их взгляд, больше всего влияет на процесс отбора фирмы-поставщика. Этот критерий может быть любым: цена товаров, скорость поставки, качество поставляемых материалов и т.д. Затем, опираясь только на выбранный критерий, анализируют потенциальных партнеров и останавливают выбор на одном из них [3].

Явным преимуществом данного метода является его простота, а в качестве недостатка можно выделить – отсутствие внимания к другим оценочным критериям.

Что же касается второй группы методов отбора потенциальных поставщиков, то некоторые исследователи называют ее группой экспертных методов [4, с. 43]. Мы бы рекомендовали назвать эту группу группой методов экономико-математического моделирования, куда входят и методы экспертных оценок, и методы рейтингового оценивания, и множество других методов.

Мы согласны с тем, что сегодня, наиболее распространенным методом отбора поставщиков является метод экспертных оценок. Этот метод применяется тогда, когда нет возможности использовать аналитические или экспериментальные методы получения информации, а данная методика позволяет получить желаемые результаты, воспользовавшись опытом и интуицией специалистов-экспертов, которые способны дать адекватную оценку тем или иным параметрам.

Однако, целесообразно метод экспертных оценок применять в комплексе с рейтинговым методом.

Этот союз методов, на наш взгляд, даст очень точные результаты.

Путем экспертной оценки формируются перечень критериев-детерминантов, которые принимают участие в процедуре проведения рейтинговой оценки потенциальных поставщиков и устанавливаются их весовые коэффициенты,

По результатам рейтинговой оценки управленцы получают ранжированный список потенциальных партнеров-поставщиков и могут предложить сотрудничество тем, что имеют самый высокий рейтинг.

Основным преимуществом данного подхода является прозрачность и простота проведения процедуры отбора, что делает эту методику достаточно популярной. К недостаткам данного метода можно отнести возможную субъективность мнения экспертов в случае выбора между несколькими фирмами-поставщиками. Однако, чем больше количество претендентов в сформированной базе, тем меньше проявляется субъективный фактор.

Существуют и более сложные методы, с помощью которых можно осуществить процедуру выбора надежных поставщиков.

**Выводы.** Процесс выбора «правильного» поставщика является достаточно сложным и трудоемким, что требует от специалистов отдела логистики специальных знаний в области профессионального владения экономико-математическими методами.

При выборе партнера-поставщика для предприятия важным является целый ряд факторов, которые одновременно нужно учесть, что возможно только путем комбинирования существующих методов исследования.

Научно-обоснованный подход к выбору фирмы-поставщика позволяет хозяйствующему субъекту получить определенные выгоды, которыми могут стать: более высокое качество производимой продукции, возможность наладить ритмичный процесс производства, оптимальные цены на конечную продукцию, что в свою очередь способствует повышению уровня конкурентоспособности предприятия.

#### Список использованной литературы:

1. Алгоритм і основні методи вибору постачальника. URL: [https://stud.com.ua/49104/logistika/algorithm\\_osnovni\\_metodi\\_viboru\\_postachalnika](https://stud.com.ua/49104/logistika/algorithm_osnovni_metodi_viboru_postachalnika).
2. Кондратюк Д. Оптимальний постачальник як чинник конкурентоспроможності підприємств. Економіка. Управління. Інновації. 2014. № 1(11). С. 41-50.
3. Особливості вибору постачальника URL: [https://pidruchniki.com/1957041150926/logistika/osoblivosti\\_viboru\\_postachalnika](https://pidruchniki.com/1957041150926/logistika/osoblivosti_viboru_postachalnika).
4. Новікова Н.М. Вибір постачальників товарних ресурсів підприємства торгівлі. *Приазовський економічний вісник*. Випуск 4(09) 2018. С. 43-48.