

БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б., канд. техн. наук, доцент, кафедра підприємництва, торгівлі і логістики НТУ «ХП»

СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧІ ВИБОРУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЕРЕДНИКІВ

Вибір логістичних посередників (ЛП): постачальників, експедиторів, перевізників і т.д., – є найбільш поширеною задачею для більшості функціональних областей логістики. Очевидно, що за наявності конкуренції у всіх ланках логістичної системи спостерігається багатоваріантність, що виражається як у великій кількості посередників, які можуть виконувати відповідні операції, так і альтернативних варіантів рішень, сформованих з різних ланок логістичної системи [1-7].

Можна виділити два підходи (однокритеріальні оцінки), на основі яких проводиться вибір посередника [3, 4]:

- ✓ аналітичний, що передбачає здійснення вибору з використанням формул, які включають низку параметрів, що характеризують ЛП;
- ✓ експертний, в основу якого покладено оцінку фахівців-експертів для параметрів, що характеризують ЛП, та описано процедури отримання інтегральних експертних оцінок (рейтингів).

Аналітичний підхід є універсальним, але не слід забувати, що параметри ЛП, що входять до нього, можуть вимагати експертних методів оцінки. Крім того, отримання аналітичних залежностей, що включають основні параметри ЛП, є трудомістким завданням.

Експертний підхід. Як критерій вибору логістичного посередника часто виступає рейтинг (англ. rating – оцінка).

Вибір ЛП може бути зроблено на основі розв'язання багатокритеріальної задачі [4-7]. Вибір моделі розв'язання багатокритеріальної задачі залежить від того, наскільки дорівнює важливість критеріїв, відповідно до яких здійснюється вибір. Огляд

літератури [5-7] показав, що найбільш популярним методом для оцінки та вибору посередників є метод **TOPSIS**, ідея якого полягає в наступному: найкраща альтернатива повинна бути не тільки ближчою від усіх інших альтернатив до позитивного ідеального рішення, але і бути далі за решту альтернатив від негативного ідеального рішення.

Розв'язання задачі вибору маркетингового посередника за методом TOPSIS здійснюється за таким алгоритмом [7]: 1) побудова матриці нормалізованих значень критеріїв; 2) побудова матриці зважених нормалізованих значень критеріїв; 3) визначення позитивного та негативного ідеальних рішень; 4) для кожної альтернативи розраховується міра відстані комплексної оцінки від позитивного та негативного ідеальних рішень; 5) визначення відносної близькості до ідеального позитивного рішення.

Таким чином, у роботі розглянуто як однокритеріальні, так і багатокритеріальні методи оцінки та вибору посередника.

Список літератури:

1. Білоцерківський О.Б., Брінь П.В., Замула О.О., Ширяєва Н.В. Логістика: навч. посіб. Харків, 2010. 152 с.
2. Bilotserkivskiy O., Shyriaieva N.V., Makarenko A. International supply chain management : lecture notes : Intern. logistics course for undergraduate students. Majors : 073 "Management", 076 "Entrepreneurship, Trade and Exchange Activity" = Міжнародна логістика : текст лекцій для студентів спец. 073 "Менеджмент", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність". Kharkiv: NTU "KhPI", 2020. 125 p.
3. Кунда Н.Т., Главацька Т.В. Вибір логістичних посередників в умовах конкуренції на ринку міжнародних перевезень // ISCIENCE.IN.UA «Актуальные научные исследования в современном мире». 2020. Вып. 9(65) ч. 1. С. 59-63.
4. Лукинский В.С. Модели и методы теории логистики. СПб: Питер, 2003. 176 с.
5. Dr. Hüseyin Selçuk KILIÇ. Supplier Selection Application Based on a Fuzzy Multiple Criteria Decision Making Methodology // AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology 2012 Summer. – Vol: 3 - Num: 8. - pp. 7-18.
6. Mst. Nazma Sultana, Md. Habibur Rahman and Abdullah Al Mamun. Multi Criteria Decision Making Tools for Supplier Evaluation and Selection: A Review // European Journal of Advances in Engineering and Technology, 2016, 3(5) pp. 56-65.
7. Аннадурдыев М. Применение метода TOPSIS при выборе маркетингового посредника // KANT. 2018. № 2 (27). С. 230–233.