

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/bf888ae559e9d1f239d6c71c8a16548013ff34c0/ (дата обращения 06. 11.2023)

3. Банк России Федеральный закон « О национальной платежной системе» Пункт 14URL : <https://www.cbr.ru/PSystem/acts/161-fz/> (дата обращения 21.11. 2023)

МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЕ ЭКСПЕРТНОЕ ОЦЕНИВАНИЕ ВАРИАНТОВ ОРГАНИЗАЦИИ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ

А.М. Пастухова

Научный руководитель М.В. Цапенко
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева

В современных реалиях принятие управленческих решений требует проведения анализа возможностей, вариантов и рисков. Для этого существуют различные методы оценивания, которые позволяют выбрать из нескольких вариантов решения поставленных целей и задач наилучший и самый подходящий для конкретных компаний. Одним из таких методов является многокритериальная оценка.

Многокритериальная экспертная оценка как метод - это практика разделения проблемы на более понятные составляющие и последующего повторного изучения серии экспертных заключений. Этот процесс состоит из нескольких этапов. На первом этапе создается иерархия, включающая цель, набор оцениваемых стандартов и выбираемые объекты, цели оценки и выбора [1].

Использование этого метода будет рассмотрено на примере компании АО «Фармперспектива». Компания является одним из российских дистрибьютеров фармацевтической продукции. У компании есть основной недостаток в работе складской логистики - это отсутствие автоматизированной процедуры сбора заказов. Такая ситуация «тормозит» всю логистическую деятельность компании и является причиной высоких затрат на содержание всех сотрудников, осуществляющих ручную комплектацию заказов. Есть несколько вариантов (стратегий) решения данной проблемы:

- приобретение специализированной автоматизированной техники, обеспечивающей автономную сборку заказа;
- перегруппировка складских групп в соответствии со значимостью товаров для ускорения процесса комплектации и сокращения временных затрат;
- привлечение новых сотрудников (сборщиков) для сбора большего количества заявок.

Для выбора подходящей стратегии для компании АО «Фармперспектива» был использован метод анализа иерархии Томаса Саати или другими словами, многокритериальная оценка. Целью применения метода является выбор оптимального варианта организации складской логистики.

Для реализации метода были выбраны следующие критерии оценивания:

- затраты на внедрение или реализацию;
- сложность внедрения или реализации;
- угрозы внедрения или реализации;
- эффективность внедрения или реализации.

Первым этапом алгоритма метода является построение иерархии, в которой отображается цель, критерии и объекты, из которых будет проводиться выбор [2]. Схема иерархии представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Иерархия задачи выбора

При проведении парных сравнений критериев было выявлено, что самым значимым из всех является критерий эффективности после внедрения одной из стратегий в деятельность складской логистики. Парное сравнение критериев представлено в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Парное сравнение значимости критериев

	Стоимость	Сложность	Риски	Эффективность	Ср. геом.	Норм. оцен.
Стоимость	1	7	5	1	2,432	41%
Сложность	0,14	1	0,20	0,14	0,253	4%
Риски	0,20	5	1	0,14	0,615	10%
Эффективность	1	7	7	1	2,646	44%
Сумма	2	20	13	2	5,946	100%

Далее были проведены парные сравнения стратегий по каждому из критериев.

По затратам и угрозам наибольшее значение было у стратегии перестановки складских групп. По сложности наибольшее значение было у стратегии привлечения новых сотрудников. По эффективности наибольшее значение было у стратегии приобретения специализированного оборудования для автоматической сборки заказов.

Также, стоит обратить внимание на показатели индекса согласованности (ИС) и отношение согласованности (ОС) экспертных оценок. При реализации алгоритма метода значения ОС не должны быть больше 10%. При значениях меньше 10% экспертные оценки являются обоснованными, а матрица парных соотношений - согласованной.

При составлении глобального обобщенного индикатора значимости, а также после анализа полученных результатов было выявлено, что наиболее подходящей стратегией для оптимизации складской логистики в компании АО «Фармперспектива» будет приобретение специализированной автоматизированной техники, обеспечивающей автономную сборку заказа. Синтез глобальных приоритетов представлен в виде таблицы 2.

Таблица 2 – Синтез глобальных приоритетов

Критерии	Стоимость	Сложность	Риски	Эффективность	Итоговая оценка варианта
Вес критерия	41%	4%	10%	44%	
«Робот»	13%	9%	10%	79%	42%
«Перестановка»	65%	30%	64%	7%	38%
«Найм персонала»	22%	62%	26%	14%	21%

Именно эту стратегию нужно выбрать для оптимизации основного складского логистического процесса в компании АО «Фармперспектива».

Таким образом, в исследовании была решена задача многокритериального экспертного оценивания вариантов организации складской логистики фармацевтической компании.

Список использованных источников

1. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати ; пер. с англ. Р. Г. Вачнадзе. - Москва : Радио и связь, 1993. - 278 с.
2. Цапенко, М. В. Экспертный метод системной оценки стратегических альтернатив / М. В. Цапенко // Стратегическое планирование и развитие предприятий : Материалы XXIII Всероссийского симпозиума, Москва, 12–13 апреля 2022 года. – Москва: Центральный экономико-математический институт РАН, 2022. – С. 224-226.

БИЗНЕС ОНЛАЙН И ОФФЛАЙН: АНАЛИЗ МАРКЕТПЛЕЙСОВ И ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ

Д.А. Соколова

Научный руководитель М. В. Скиба
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева

Повышение числа пользователей маркетплейсов в 2023 году указывает на их растущую популярность. Тем самым онлайн-торговля стала оказывать существенное воздействие на традиционный розничный сектор. Учитывая динамичные изменения предпочтений потребителей, предприятия должны постоянно оценивать эффективность своего присутствия в онлайн- и оффлайн-среде. В данной статье исследуем развитие бизнеса на маркетплейсах и в торговых центрах, чтобы лучше понимать потребности клиентов и адаптировать стратегии для продвижения товаров и услуг. В статье рассмотрим анализ эффективности работы маркетплейсов и торговых центров для определения их конкурентных преимуществ с точки зрения ведения бизнеса в РФ и выработаем стратегии развития и оптимизации работы маркетплейсов и торговых центров для увеличения их конкурентоспособности и привлечения новых клиентов. Объекты исследования: торгово-развлекательный центр ООО «МЕГА» и маркетплейс «WILDBERRIES».

Маркетплейс – торговая площадка, в которой продаются товары и услуги различных физических и юридических лиц через интернет. Хорошим примером таких площадок являются Яндекс.Маркет, Ozon, Lamoda и Wildberries. Будучи доступными в любое время и из любой точки страны, данные платформы дают возможность продавцам привлекать большее количество заказчиков и увеличивать объём продаж, а покупателям