## 2.1 Математична модель процесу вибору постачальника

Для того, щоб побудувати математичну модель процесу вибору постачальника введемо наступні позначення:

– кількість підприємств-постачальників, які приймають участь у виборі;

– кількість експертів;

– кількість параметрів, за якими експерти оцінюють постачальників;

– оцінка, яку дає -тому постачальнику -експерт;

– дисперсійний коефіцієнт конкордації, який визначає чи потрібним є наступний етап голосування експертами;

– елемент матриці відношень для знаходження медіани Кемені;

– елемент матриці втрат для знаходження медіани Кемені;

– бальна оцінка величини параметра, що забезпечується даним постачальником;

– експертна оцінка значень відносної важливості -го параметра, запропонована -м експертом;

– значимість (вага) параметра;

– рейтинг -го підприємства-постачальника.

За умовами задачі, необхідно знайти найкращого постачальника, тобто необхідно найти постачальника, який має максимальний рейтинг. Отже, математичну модель процесу вибору постачальника можна описати наступним чином:

Для того, щоб така модель використовувалась ефективно необхідно використовувати алгоритми, що описані нижче.