

программы по карьерной ориентации и психологической поддержке студентов в процессе выбора.

Для снижения влияния эффекта перегрузки выбором в государственном секторе следует учитывать следующие рекомендации. Во-первых, сокращать и упрощать программы, где есть множество вариантов выбора. Например, экспериментальная проверка с выявлением самых популярных вариантов и сокращение всех малоиспользуемых. Это снизит сложность выбора для граждан и бизнеса. Во-вторых, постоянно улучшать доступность информации через создание онлайн-платформ, где все программы были бы представлены в простом и понятном формате; специализированных чат-ботов; вспомогательных инструментов, таких как калькуляторы льгот, проверка права на субсидии и др.; развитие консультационной поддержки.

Источники

1. ВМНС рассказали, будут ли суммы имущественных налогов больше прошлых годов // БЕЛТА. — URL: <https://belta.by/economics/view/v-mns-rasskazali-budut-li-summy-imuschestvennyh-nalogov-bolshe-proshlogodnih-651751-2024/> (дата обращения: 15.11.2024).

2. Исследование: Сколько выпускников не работает по специальности? // Белорусы и рынок. — URL: <https://belmarket.by/news/bcf3a61c-7c2d-4c5b-a373-c6880ebb207c> (дата обращения: 15.11.2024).

СНИЛ «Синергия»

Е.А. Берашевич, К.А. Бриль, П.Н. Гацура

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.Л. Майборода

СТРАТЕГИИ ФИРМ ПО ПРЕОДОЛЕНИЮ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕГРУЗКИ ВЫБОРОМ

В статье рассмотрен феномен перегрузки выбором, негативно влияющий на принятие решений из-за ограниченных познавательных способностей человека. Приведены примеры исследований, демонстрирующих нежелание делать выбор при избытке вариантов. Освещены стратегии белорусских компаний по упрощению ассортимента, выделению популярных товаров, использованию пакетных предложений и фильтров для борьбы с перегрузкой выбором и повышения удовлетворенности клиентов.

Эффект перегрузки выбором (англ. choice overload) — явление, возникающее в результате необходимости оценивать чрезмерно большое количество вариантов, что затрудняет принятие решения. Чаще всего перегрузка выбором происходит, когда все варианты кажутся похожими. Принятие решения затягивается, если существуют значительные риски, связанные с неправильным выбором. Большое количество внимания и энергии тратится на

взвешивание многих аспектов каждого решения, что истощает решимость довести дело до конца.

Эффект перегрузки выбором возникает ввиду ряда психологических и когнитивных факторов. Кроме страха упустить лучший вариант причиной может стать чрезмерная когнитивная нагрузка: человеческий мозг ограничен в количестве информации, которую он способен обрабатывать в короткий период времени. Когда вариантов слишком много, это усложняет процесс сравнения и анализа.

Проблема эффекта перегрузки выбором может проявиться в самых разных областях: неэффективности маркетинговой кампании, неверных экономических решениях и даже в вопросах личной жизни и здоровья.

Далее рассмотрим примеры научных исследований данного эффекта.

Один из наиболее показательных экспериментов по исследованию влияния количества опций на принятие решений был проведен в 2004 г. в контексте выбора между различными инвестиционными фондами в рамках пенсионных программ в США: 800 000 квалифицированных сотрудников из 657 компаний справлялись с различным количеством инвестиционных вариантов — от 2 до 60. Увеличение числа вариантов негативно сказывалось на уровне участия сотрудников в пенсионной программе: каждые дополнительные 10 вариантов снижали вероятность того, что работник примет участие, на 2 %. Этот эксперимент подтвердил гипотезу о «параличе выбора», когда наличие слишком многих опций приводит к отказу от принятия решения (рис. 1, 2).

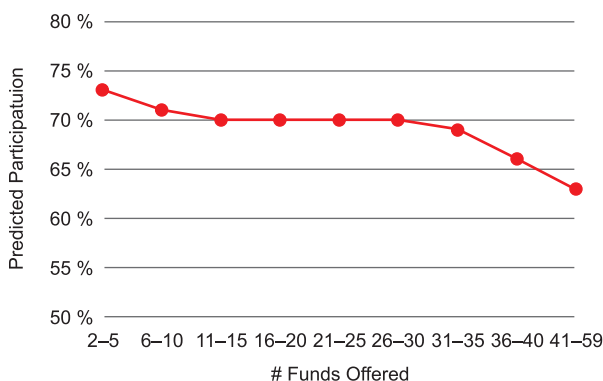


Рис. 1. Взаимосвязь между предполагаемым участием в пенсионной программе и количеством предлагаемых инвестиционных вариантов

Источник: [1].

Еще одним интересным исследованием стал эксперимент с подписками на потоковые сервисы. Участникам предлагали выбрать подписку на одном из потоковых сервисов (например, Netflix, Hulu и др.). Первой группе

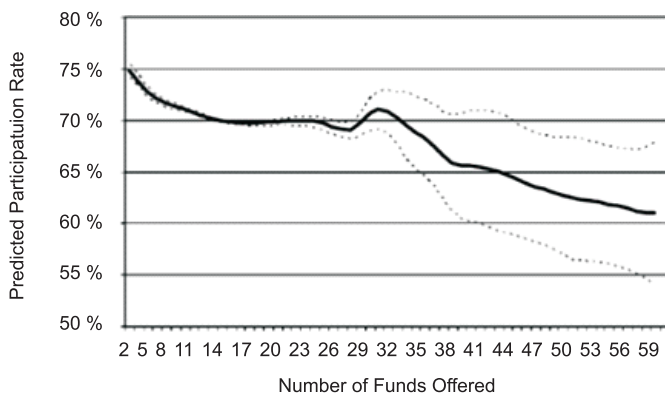


Рис. 2. Взаимосвязь между участием в пенсионной программе и количеством предлагаемых фондов

Источник: [2].

участников было предложено более 20 различных тарифов и пакетов, а второй — 5. Исследование показало, что группа с большим количеством вариантов потратила значительно больше времени на выбор, чаще испытывала разочарование после выбора и меньшее удовлетворение.

Рассмотрим на примерах белорусских компаний, как эффект перегрузки выбором влияет на эффективность их деятельности.

Ярким примером эффекта может служить ситуация с выбором тарифного плана для мобильной связи. Представьте, что вы находитесь в салоне оператора сотовой связи, окруженные десятками вариантов тарифов с различными условиями, опциями и ценами. Несколько раз к вам подходит консультант, предлагая рассмотреть еще один тариф, что лишь усугубляет ситуацию и затрудняет принятие взвешенного решения. В этой ситуации компании, такие как А1 и МТС, часто прибегают к готовым пакетным решениям с фиксированным набором услуг, избавляя клиентов от необходимости перебирать множество отдельных опций (рис. 3).

Опираясь на принципы сегментации и упрощения ассортимента, многие белорусские компании демонстрируют эффективные подходы к борьбе с перегрузкой выбором для своих клиентов. Торговые сети, такие как «Евроопт» и «Соседи», вводят собственные торговые марки и специальные стенды с популярными товарами, облегчая процесс покупки. Магазины бытовой техники, такие как «5 элемент» и «Электросила», выделяют «хиты продаж» и рекомендованные товары, снижая нагрузку выбора для покупателя при выборе. В продуктовых супермаркетах «Green», «Соседи» и «Светофор» предлагаются готовые наборы продуктов или тщательно подобранный ассортимент, экономящий время на подбор ингредиентов для готовки различных блюд или составления рациона питания.

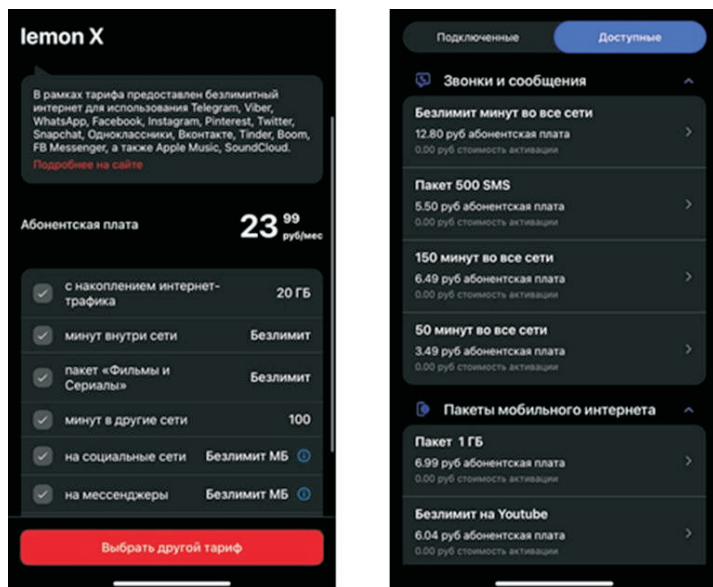


Рис. 3. Выбор тарифа в приложении A1

И с т о ч н и к: фото автора.

Интернет-магазины, например, 21vek.by и av.by, используют расширенные фильтры и сортировку товаров, чтобы покупатели могли быстрее находить наиболее подходящие варианты. Бренд Brendfree для решения проблемы перегрузки выбором выпускает мультизадачную универсальную продукцию «Я твоё средство от всего», придерживаясь одинакового оформления упаковки и нейминга (рис. 4).

Интернет-провайдеры, среди которых Вуфлу и Космостар, структурируют свои предложения в виде нескольких пакетных тарифов с фиксированным набором услуг, избавляя клиентов от необходимости разбираться в многочисленных опциях. Туристические компании «ТопТур» и «Седьмое небо» формируют готовые туристические пакеты, включающие перелет, проживание и развлечения, упрощая выбор для путешественников. Даже в сфере строительства жилья компании вроде «Dana Holdings» предлагают типовые квартиры с ограниченным числом вариантов планировок и отделки.

Таким образом, ограничивая и структурируя ассортимент товаров и услуг, белорусские компании стремятся облегчить процесс принятия решений для своих клиентов, повышая их удовлетворенность и лояльность к брендам.

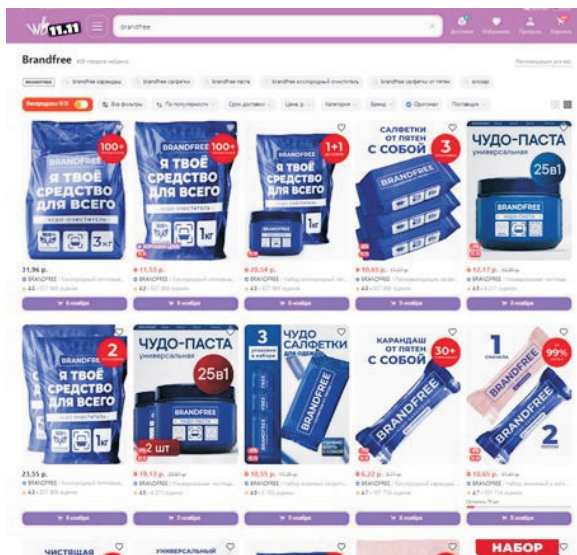


Рис. 4. Пример универсальных товаров: один вариант в каждой категории

Источник: фото автора.

Источники

1. Schwartz, B. The Paradox of Choice / B. Schwartz // TED. — URL: https://www.ted.com/talks/barry_schwartz_the_paradox_of_choice (date of access: 17.11.2024).
2. Botti, S. The Dark Side of Choice: When Choice Impairs Social Welfare / S. Botti, Sh.S. Iengar // ResearchGate. — URL: <https://clck.ru/3Eg9Xg> (date of access: 17.11.2024).

СНИЛ «Товаровед»

Е.В. Красильникова, Е.И. Букатин

Научный руководитель — кандидат технических наук М.Л. Зенькова

АССОРТИМЕНТ ФРУКТОВЫХ ДЕСЕРТОВ ДЛЯ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ

В статье рассмотрены аспекты нового ассортимента консервированных десертов для здорового питания.

В настоящее время во всем мире наблюдается очередной этап повышенного интереса к здоровому образу жизни, в том числе к здоровому питанию.