

сообщения. Также необходимо осуществлять чистку контента с периодичностью раз в 3 месяца, пополнять коллекции видео в большем объеме роликами, посвященными мобильному оборудованию (раз в неделю, при появлении новинок) и рекламе компании, а также сюжетам «за кадром» (как только появляется новая рекламная кампания).

М. А. Дворецкая

Научный руководитель - кандидат экономических наук Т. М. Розина
БГЭУ (Минск)

«ЭФФЕКТ ХЛЫСТА» В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Под «эффектом хлыста» понимают ситуацию, при которой незначительные изменения спроса конечного потребителя приводят к значительным отклонениям в планах других участников цепи поставок. Данный феномен наблюдается в связи с неравномерностью распределения информации и с существованием временного лага между моментами размещения и исполнения заказа.

Чтобы смоделировать функционирование цепи поставок, в которой возник «эффект хлыста», автором работы была проведена деловая игра, разработанная группой профессоров Школы менеджмента в Слоане и имеющая название «Пивная игра» (Beer game). В игре участвовали студенческие команды из четырех игроков каждая. Каждый из участников играл роль розничного торговца, оптового торговца, дистрибьютора или предприятия-изготовителя пива. Только розничные торговцы знали потребительский спрос, общаться участникам было запрещено (рис. 1).

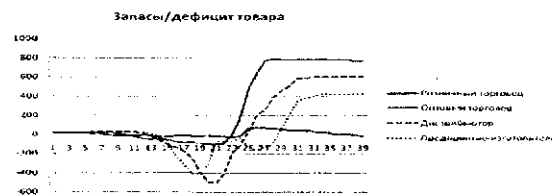
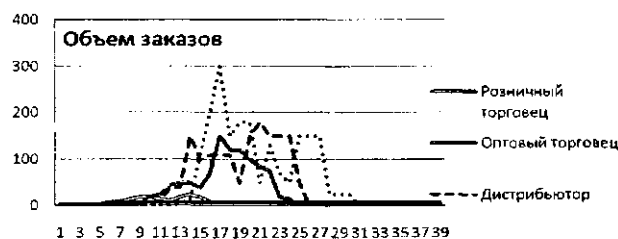


Рис. 1. Результаты «Пивной игры»

Из рис. 1 видно, что при стабильном потребительском спросе наблюдались колебания спроса в цепи поставок: незначительное повышение первого вызвало последовательные изменения в спросе участников, при этом росли объемы упущенных продаж, а затем — объемы запасов, что повышало издержки.

На практике возникновение «эффекта хлыста» также связано с постоянным уточнением используемого при планировании прогноза спроса: экстраполяция тренда может привести к неверным выводам (например, в случае, если наблюдалось единовременное повышение спроса, а менеджер компании заложил в план прогноз дальнейшего роста спроса). К причинам появления «эффекта хлыста» относят: заказ продукции большими партиями, приводящий к увеличению периода между заказами; заблаговременную закупку в связи с временными изменениями цен; феномен гейминга, когда в ситуациях предполагаемой нехватки продукции покупатели размещают более крупные заказы, чтобы обезопасить себя от недопоставок продукции. К возникновению «эффекта хлыста» приводит также «нервозность планирования» — различия эффективности планирования на разных стадиях товародвижения.

При возникновении «эффекта хлыста» нарушается бесперебойное движение материальных и информационных потоков в цепи поставок, что повышает риск невыполнения заказа клиента, а также увеличивается общий объем запасов в цепи поставок, что вызывает рост издержек. Кроме того, ухудшается бизнес-климат в связи с тем, что партнеры винят друг друга в несвоевременном исполнении заказов.

Чтобы исключить «эффект хлыста», участники цепи поставок могут использовать ряд приемов и бизнес-практик, таких как обмен информацией о состоянии спроса, поступающей из точек продаж с помощью EDI и интернет-технологий; стратегии пополнения запасов, управляемые поставщиком; агрегированное планирование, прогнозирование и пополнение запасов. Основные методы связаны с установлением партнерских отношений между участниками цепи поставок, позитивных долговременных взаимосвязей. Фундаментальным и действенным подходом является сокращение циклов выполнения заказа, т. е. ускорение, которое в условиях роста чувствительности рынков к фактору времени не только позволяет снизить зависимость деятельности фирм от точности прогноза, но и улучшить конкурентные позиции продукции на рынке.

Е. Д. Ермак

Научный руководитель — кандидат психологических наук Ж. М. Голанова
БГЭУ (Минск)

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАМИЛИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития маркетинговых исследований мало внимания уделяется изучению поведения потребителей в зависимости от фак-

114
□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.
□□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.

БДЭУ Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
BSEU Belarus State Economic University. Library.
<http://www.bseu.by> elib@bseu.by