

Bullwhip-effekten – hvorfor små svingninger i butikk blir store kriser i fabrikken

Kommende episode

Hvorfor en liten endring i butikkhylla blir en stor svingning i fabrikken: bullwhip-effekten forklart, med bleiene som avslørte den, de fire årsakene, dopapiret i 2020 – og hva som faktisk demper den.

HOVEDTEMAER

- Hva effekten er, og hvor navnet kommer fra
- Bleiene som avslørte den
- De fire årsakene
- Sikkerhetsmargin på toppen av sikkerhetsmargin
- Bestillinger i hele paller
- Kampanjen som ser ut som etterspørsel
- Å bestille mer enn du trenger, fordi alle andre gjør det
- Hva som faktisk demper den

SPØRSMÅL EPISODEN BESVARER

- Hva er bullwhip-effekten?
- Hvorfor blir svingningene større lenger opp i kjeden?
- Hva var Procter & Gamble-eksempelet?
- Hvorfor forsterker kampanjer effekten?
- Hva skjedde med dopapir i 2020?
- Hvordan kan man dempe effekten?
- Hva har dette med lean å gjøre?

HOVEDPUNKTER

- Bullwhip-effekten er at bestillingene svinger mer enn salget, og at svingningen vokser oppover i kjeden.
- Procter & Gamble fant at bleiebestillingene svingte mer enn babyene kunne forklare.
- Lee, Padmanabhan og Whang pekte på fire årsaker – og alle fire er rasjonelle valg.
- Hvert ledd legger på sin egen sikkerhetsmargin, og marginene ganges sammen.
- Kampanjer skaper et etterspørselstopp som er flytting av kjøp, ikke nytt forbruk.
- Ved knapphet bestiller alle mer enn de trenger, og gjør knappheten verre.
- Det som demper effekten er delt informasjon, ikke bedre gjetting i hvert ledd.

KILDER OG REFERANSER

- Hau L. Lee, V. Padmanabhan og Seungjin Whang – Information Distortion in a Supply Chain: The Bullwhip Effect, Management Science 43(4), 1997

<https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/mnsc.43.4.546>

- Jay W. Forrester – Industrial Dynamics (1961), der fenomenet først ble beskrevet

AI brukes som verktøy i arbeidet med tekstene, og alt blir lest gjennom før det publiseres. Feil kan likevel forekomme.