

Описание **Distribution Simulation Game**

В этой игре участники дистрибьюторской компании должны осуществить полный бизнес-цикл (планирование, закупки и продажи). Компания продает бутилированную воду на рынках Германии. В процессе игры команды должны принимать решения для получения максимальной прибыли. Часть транзакций, которые не связаны с принятием решений и поэтому автоматизированы (выставление счетов получения оплаты от клиентов или отправки платежей поставщикам и т.д.) Это позволит участникам сосредоточиться на более стратегических аспектах работы с данным оптовиками.

Участники используют систему ERP для создания отчетов, анализа информации, необходимой для выработки и реализации их решений, путем ввода или корректировки информации в ERP-систему. Данная игра не требует основательных знаний интерфейса SAP. Требуется знание основ навигации. Цель игры заключается в том, чтобы понять, как SAP может быть использован для управления предприятием. Участники непосредственно через опыт получают понимание концепций, лежащих в основе корпоративных систем, а также ощутить преимущества интеграции предприятий из первых рук.

Water Distribution Company

Участники игры образуют команду. В команды состоят от 3 до 4 участников. Они должны распределить ответственного за каждый участок их бизнеса. Рынок достаточно конкурентный. На этом рынке продают свою воду другие команды и также сам симулятор. Для принятия решений у команды имеются отчеты о запасах, о ценах продаж, доступна финансовая отчетность. Целью деятельности каждой команды является получение максимальной прибыли.

Рынок Германии разделен на три региона: север, юг и запад. Компании торгуют 6 типами продукции. Чистая вода, газированная вода, лимонная газированная вода. Каждый тип продукции представлен в двух видах упаковки. По 1 л по 12 шт в упаковке и по 0,5 л по 24 шт в упаковке. Клиентами являются мелкие розничные сети. Ниже в таблице показан список продуктов и его закупочная цена.

Table 7 - List of Available Products

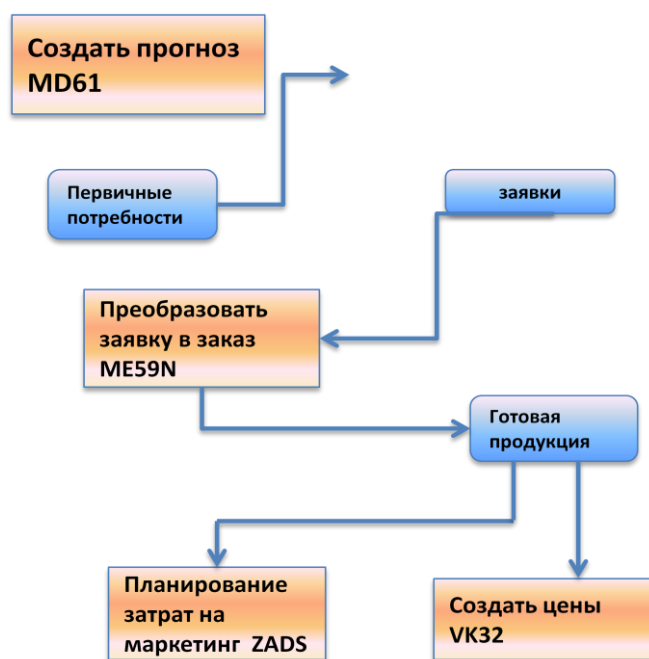
PRODUCT CODE	PRODUCT DESCRIPTION	UNITS IN BOX	COST OF BOXES
\$\$-B01	1L ClearPure	12 bottles	11.99
\$\$-B02	1L Spritz	12 bottles	14.99
\$\$-B03	1L Lemon Spritz	12 bottles	16.99
\$\$-B04	500mL ClearPure	24 bottles	16.99
\$\$-B05	500mL Spritz	24 bottles	19.99
\$\$-B06	500mL Lemon Spritz	24 bottles	22.99

Знак \$\$ - компании. Например, если код компании ZZ, код продукта ZZ-B01.

Описание рынка.

Этот рынок характеризуется высокой конкуренцией, потому что продукты простые и общие элементы массового потребления. Клиентская база существенно мелких розничных торговцев по всей стране, определенных в системе SAP в качестве канала распределения, в частности, канал 18. Есть по существу два механизма, с помощью которого можно привлекать и удерживать клиентов - ценообразование и маркетинг.

Ценообразование решение национальных: цены одинаковы для всех клиентов. Для маркетинга, можно самостоятельно продавать каждую из шести продуктов во всех трех регионах. **Маркетинг является убедительным.** То есть, маркетинг влияет на клиентов, чтобы купить рекламируемый бренд, а не конкуренты, а не сколько воды они будут пить. Размер спроса в регионе достаточно стабильна и в основном зависит от цены. В среднем, доля рынка в компании может быть ожидается, составит около € 6000 заказов на продажу в сутки на компанию в игре. С тех компаний оптового поставщика, продукты непосредственно не производятся. Продукция закупается у одного поставщика, который заряжает довольно стабильная цена всей моделирования



Краткое описание бизнес процесса.

Каждая дистрибьютерская компания начинает свой бизнес с планирования спроса на основе имеющегося предположения о спросе. Далее компания производит закупку товара для удовлетворения спроса и потом осуществляет продажу и доставку товара клиенту. Поскольку прогноза спроса в начале игры у команд нет, то игра начинается с конца. Каждая компания уже имеет полный запас товара на складе. Первый раунд начинается с установления цены продажи.

Игра состоит из 3-х раундов. Каждый раунд длится 20 дней. По времени один день соответствует одной минуте. Запасы товара не проданные в раундах

переносятся на следующий день. В данной игре команды управляют ценами, которые одинаковы для всех трех регионов. Для воздействия на регион служит реклама. Это достаточно эффективный инструмент. Но надо помнить, что реклама определенного товара относится также и к вашему конкуренту, продающему такой же товар.

В первом раунде команды управляют ценами и рекламой. На основе анализа отчетов они принимают решения. Во втором раунде команды осуществляют закупки и пополняют свои склады до уровня первого раунда, т.е до 1000 упаковок каждого товара. Этот бизнес процесс в ERPsim game осуществляется автоматизирован.

После выполнения этой транзакции команды продолжают продавать свой товар. В третьем раунде команды на основе имеющихся у них данных о продажах производят планирование закупок, создают прогнозы, с помощью MRP преобразуют заявки в заказы на покупку, отслеживают свои заказы, поступление товара на склад и продают свой товар. Таким образом в третьем раунде команды осуществляют полный цикл дистрибьютерской компании.