

Jaemüüja varud

Paljude väikeste jaemüüjate suurimaks varaks on ettevõtte bilansis olev kaubavaru. Ilma selle hoolika planeerimiseta võidakse sattuda kergesti olukorda, kus tuleb teha liigsete varude tõttu suuri hinnaalandusi ja lõppkokkuvõttes võidakse jõuda tõsiste rahavoogudega seotud probleemideni.

Jaemüüjad on tihti mures ülemääraste, lausa pealesunnitud allahindluste pärast. Allahindluse määr kipub aja jooksul suurenema, müügiturginaalid kõhnuvad ja tekivad püsivad rahavoo probleemid. Kui olukorda analüüsida, võib selguda, et sageli on suurte varude põhjustajaks vead hooajamüügi planeerimisel. Tihti planeeritakse hooajamüüki puudulikult. Teatud plaanid hooajamüügiks tehakse, kuid detailseid tegevuskavasid selle kohta, mida osta, kui palju osta, millal osta ja millal kaup peaks olema laos, sageli ei eksisteeri.

Hulgimüüjad on üldjuhul suutnud oma tegevust aasta-aastalt täiustada. Ei varuta kaupa ainult eelnevate aastate müügistatistika põhjal, tooteid saadetakse kauplustesse varakult enne hooaja algust, reageeritakse kiiresti klientide läbimüügile ja ostetakse vajadusel operatiivselt juurde. Püütakse teha kõik selleks, et suuremat osa müügiturust andvad A-kategooria tooted laost ei lõpeks.

Kahjuks pole taoline tegutsemine väikeste jaemüüjate seas levinud. Päevast päeva ollakse olukorras, kus üksikasjaliku ja ettevaatava planeerimise jaoks tundub aega nappivat. Tõsiasi on aga see, et kui regulaarset ja kaugemale ette vaatavat ostude planeerimist ei toimu, on ka rahavoogude planeerimine ning kasutamine oluliselt piiratud.

Mida peaks väike jaemüüja üleüldse planeerima? Kuidas ta peaks valmistama neid plaane ette? Mida peaks jaemüüja tegema siis, kui planeerimine on lõpetatud? Siinkohal mõningad näpunäited:

Planeeri müüki. Et varusid efektiivselt juhtida, peab teadma müügituruprognosi. Suurel jaemüüjal on laos tavaliselt palju tooteartikleid ja sel juhul võib olla ka õigustatud keeruka ja kalli prognoosimise tarkvara kasutamine. Väikesed jaemüüjad peaksid arendama enda jaoks välja POS (*Point of Sale*) müügi ajaloo alusel lihtsa prognoositabeli Exceli formaadis kuude ja tootegruppide lõikes. Taoline lihtsa abitabeli kasutamine on väikesele jaemüüjale kuluefektiivne.

Alustada tuleks viimaste aastate müügi ajalooost, võttes seejuures arvesse kõik põhjused, mis mõjutasid läbimüüki. Nendeks võisid olla ilm, defitsiidiolukord, ühekordsed müügiturukampaaniad jms. Läbimüügi suurenemine või vähenemine eelseisval hooajal sõltub tootekategooria müügiturupotentsiaalidest. Suuremate kategooriate puhul oleks mõistlik jaotada müügituruplaan alamkategooriateks eri tunnuste alusel.

Planeeri varusid. Hoolitse selle eest, et igal hetkel, kui on vaja riuleid täita, oleksid vajalikud varud olemas. Hoida reservladu müügi tipp-perioodide ja hilinenud tarnete katmiseks. Samas on varude soetamine liialt pikaks ajaks üks kindlaim viis leidmaks end mittedoovitud olukorras. Paljude väikeste jaemüüjate jaoks on parimaks ja lihtsaks soovitus planeerida varusid nii, et kalendrikuu lõpul oleks käes varud, mis katavad järgneva kahe-kolme kuu läbimüügi ja mitte enam.

Planeerida on vaja ka varude täiendamise hetki. Kui planeerida läbimüüki ja varude vähenemist kuude lõikes, on lihtne arvutada, kui palju on vaja varusid kuu jooksul täiendada. Varusid on vaja täiendada katmaks kuu müüki ja asendamaks müüditud tooteid, kuid seda võib olla vähem

eelmisel kuul müüdnud kaupade kogustest. Valmistudes näiteks märtsis sügishooaja müügiks, on vaja teada, kui palju on vaja hooajamüügi jooksul igal kuul varusid täiendada.

Planeeri hinnaalandusi. Allahindluste planeerimine toimub käsikäes varude planeerimisega. Kui suudetakse planeerida hooajamüügi allahindluse esimene päev juba enne hooajamüügi algust, saab planeerida ka selle varude koguse, mida soovitakse omada allahindluse esimesel päeval. Samal viisil saab planeerida ka allahindluse protsendimäära, allahindlusega müügi enne teist allahindlust ja ka järgmised allahindluse määrad.

Planeeri dünaamiliselt. Kui olete lõpetanud hooajamüügieelse planeerimise, ei tohiks jätta tehtud tööd edasise tähelepanuta. Kasutage seda plaani dünaamilise tööriistana jälgimaks hooajamüügi kulgemist. Kui järjekordne nädal on möödunud ja uued läbimüügi trendid teada, kohendage edasised müügi- ning varude täiendamise plaanid kooskõlas juba muudetud müügiplaanidega. Kui läbimüük ületab prognoosid, peate olema kindel, et varud katavad nii hetke- kui ka tulevikuvajaduse. Vastupidi, kui läbimüük jääb alla lühiajalisele plaanile, siis pigem muutke varude täiendamise plaani vähendamise suunas. Sel moel paneerite varude täiendamisi ja hooaja lõpul on vähem allahindamist vajavaid liigseid varusid.

Määramatus põhjustab väikestele jaemüüjatele sageli palju varudega seotud probleeme. Enamus nendest on esile kutsutud ootustele mittevastavast müügist ja varude puudulikkust planeerimisest. Jaemüüjale võib näida, et kunagi pole piisavalt aega taoliseks planeerimiseks. See on justkui luksus, mida pole võimalik endale lubada. Tegelikuses on see kriitiline hädavajadus, mis on vajalik iga väikese jaemüüja ellujäämiseks.