

Merchandising Strategies and Retail Performance for Seasonal Fashion Products

Vaatevähittäiskaupan kannattavuus riippuu vaateen alkuperästä

Heikki Mattilan väitöskirjatutkimuksessa osoitetaan, että vaatteiden hankinta kotimaiselta teollisuudelta on vähittäiskaupalle halpatuontia kannattavampaa.

Lähes miljoona työpaikkaa on kadonnut EU:n tekstiili- ja vaatetusteollisuudesta viimeisen kymmenen vuoden aikana. Suomessa kehitys on ollut samansuuntainen. Tämä johtuu ulkomaisista vaatehankinnoista. Vähittäiskauppa ostaa kasvavia määriä tuotevalikoimastaan ns. halvan kustannustason maista Kiinaa ja Indonesiasta myöten. Teollisuus on myös korvannut osan tuotannostaan ulkomaisella alihankinnalla. Kaiken takana on kuluttaja, joka taitaa sittenkin viime kädessä arvostaa vain alhaista hintaa.

Vähittäiskaupan hinnoittelukerroin on kaksi tai suurempi, eli jos vaate ostetaan 100 mk:lla, niin se laitetaan myymälässä tarjolle 220 mk:n hintaan. Tämän jos minkä luulisi olevan kannattavaa. Näin ei kuitenkaan ole. Vähittäiskauppa on erittäin huolestunut taloudellisesta kehityksestä.

Vaateen ostohinta on kaukomailta 30–50 % alhaisempi verrattuna kotimaiseen valmistajaan. Tämä onkin ainoa positiivinen seikka ns. halpatuonnissa. Toimitusajat muodostuvat jo etäisyyksistä johtuen pitkiksi, ja tilaus pitää tehdä ennusteen perusteella 6–7 kk ennen myyntikauden alkua. Ennustevirhe kasvaa suhteessa toimitusajan pituuteen. Pohjoismaiden suuret vaatekauppaketjut ostavat tuotevalikoimastaan n. 80 % ennakkoon pitkällä toimitusajalla. Ennustevirhe on n. $\pm 25\%$, eli neljännes hankitusta tavaramäärästä ei mene normaaliin hintaan kaupaksi, vaan joudutaan turvautumaan alennusmyyntiin. Samanaikaisesti kysyntää olisi ollut joillekin muille tuotteille, mutta kun niitä ei ostettu on myytävä ei-oota. Täyskatteellista myyntiä olisi siis saatu neljännes lisää, jos kysyntää vastaavat vaatteet olisivat olleet tarjolla. Näiden kahden seikan yhteisvaikutus syö katteet.

Tutkimuksessa osoitetaan, että huolimatta korkeammasta ostohinnasta, vähittäiskaupan kannattavuutta voidaan nostaa lisäämällä kysyntäjohtaisen tuotehankinnan osuutta. Myyntikauden käynnistyessä kerätään myymälöistä kassapäätteiltä myyntitilastot ja niiden perusteella laaditaan uusi ennuste kauden myynnistä. Tämän ennusteen mukaisesti ostetaan lisätoimitukset. Vaatteet valmistaa partneritehdas, jolle myyntitieto ja tilaukset siirretään sähköisesti. Partneritehtaan on oltava lähellä, mitä ilmeisemmin kotimaassa. Näin hankitusta tuotteesta voidaan valmistajalle maksaa 30–40 % enemmän, tuote myydään entisellä vähittäishinnalla, ja toiminta on silti vähittäiskaupalle kannattavampaa. Pääoman kiertonopeus kasvaa, katetuotto suhteessa varastoihin sitoutuvaan pääomaan on suurempi ja vähittäiskaupan tulos paranee. Edellytyksenä on kuitenkin normaalia kaupankäyntiä pidemmälle menevät koko jakelutien kattavat toimittaja/asiakas - yhteistyösopimukset.

Nopean toiminnan mallit ovat Euroopan vaatealalla hyvin harvinaisia. Yhteistyökonsepteja on varsinkin teollisuuden puolelta vierastettu. Vähittäiskaupalla kyllä olisi haluja. USA:ssa näitä kauppatapoja on sovellettu huomattavasti enemmän ja niiden osuus on kasvussa. Koko jakeluketjun hallinta ja kysyntää vastaava toiminnan ohjaus nähdään elinehdoksi. Niinpä TEVA-teollisuuden työpaikkojen kato ei ole ollut USA:ssa läheskään yhtä dramaattista kuin Euroopassa.