

Stykkstatistikk

Et praktisk eksempel på dens anvendelse i en detailforretning ¹⁾

Av Rolf Jensen ²⁾.

1. Stykkstatistikk.

Innledningsvis skal ganske kort stykkstatistikkens område risses mere prinsipielt opp.

Vi kan si at stykkstatistikk er en statistisk kontrollmetode, en oppgjørelse av varebevegelsene målt i kvantiteter, det være seg stk., meter, kg. eller lign. Stykkstatistikken har som sitt hovedformål å være til hjelp ved varetilpasningsarbeidet. Den viser de forskjellige varers salgbarhet og gir således tallmateriale som gir mulighet for rasjonelle innkjøpsdisposisjoner, disposisjoner som tilpasser både innkjøp og lager til salget og efterspørselen med henblikk på den mest rentable omsetning. Og det hele kan legges opp på et grunnlag som bygger på facts og ikke på gjetninger.

Vi kan sammenfatte de fordeler som en stykkstatistikk *kan* gi oss, under følgende 4 punkter. Den kan gi:

1. *Den riktige vare.* Den viser oss den vare som våre kunder vil ha, hvilken kvalitet de ønsker, hvilken størrelse, fasong o. l. Den kan således hjelpe til med utskytelse av tungtselgelige varer, varer som er ved å gå av mote og så videre. Vi får et sikkert begrep om hvilke av våre varer som går best.

2. *Den riktige pris.* Vi kan få konstatert hvilke priser våre kunder kan og vil betale, de psykologisk riktige priser, så få priser som mulig ved den samme vare. Derigjennem får vi mulighet for å lette kundenes kjøpsbeslutning og kan rasjonalisere våre omkostninger i det hele tatt.

3. *Den riktige mengde.* Den gir oss mulighet for hele tiden å holde et lager som ikke bare er tilstrekkelig stort til å imotekomme efterspørselen, men et lager som samtidig ikke er unødig stort og omkostningskrevende.

¹⁾ Artiklen er en noget omarbejdet og forkortet gengivelse af en 4 ugers hovedopgave til diplomproven i salgsorganisation og reklame 1949.

²⁾ H. D.

4. *Det riktige tidspunkt.* Dette har relasjon til det foregående punkt og dreier seg om den nytte stykkstatistikken kan være til ved disponeringen foran sesonger o. l., slik at vareinngang og vareutgang tilpasses etter hverandre.

Som det fremgår av dette korte omriss, kan en stykkstatistikk gi oss mange og detaljerte opplysninger om varene. Ved videre utbygging av systemet kan vi holde kontroll med varer i ordre, leveringstid kan avleses, svind kan konstateres osv. Det primære vil dog være at salget kan analyseres på kryss og tvers. Hvor mye vi får frem ved stykkstatistikken, vil imidlertid avhenge vesentlig av to forhold.

For det første vil resultatene avhenge av hvor dypt vi vil gå med hensyn til en oppdeling og klassifikasjon av varene, og hvor hensiktsmessig denne blir foretatt. For det annet er resultatene avhengig av den hovedform som vi velger å anlegge systemet etter med hensyn til innsamlingen av det statistiske materiale, om således innsamlingen blir bredt anlagt med løpende registrering både av kjøp og salg og periodiske opptellinger av lageret, om det bare blir lagt an på registrering av salget alene osv.

Det er imidlertid ikke meningen i denne artikkel å gå nærmere inn på en lengere prinsipiell og teoretisk behandling av de forskjellige muligheter og former for stykkstatistikk og de problemer som knytter seg til disse. Jeg skal istedet, som overskriften antyder, gi et praktisk eksempel på innførelse av en stykkstatistikk i en detaljforretning. Der ved oppnår vi å få de forskjellige muligheter som kan komme på tale, tatt opp til behandling i relasjon til et konkret problem.

Før vi går løs på denne oppgave, er det nødvendig ganske kort å omtale den konkrete forretning og de problemer, som skal løses.

Forretningen har et varesortiment som faller i 5 hovedavdelinger:

1. avd. for metervarer.
2. » » damekonfeksjon.
3. » » kjoler.
4. » » boligutstyr.
5. » » småting.

Omsetningen er på ca. 2 mill. kr. i året. Forretningen beskjeftiger gjennomsnittlig 18—20 personer ialt. Sjefen foretar imidlertid selv alle innkjøpsdisposisjoner. Ved salget anvendes salgssedler.

Det er først og fremst innkjøpsdisposisjonene som volder vanskeligheter, og det er på dette felt det ønskes et sikrere grunnlag. Man har

ikke noe sikkert inntrykk av forretningens kundekrets med hensyn til prisklasse, størrelsesgrupper o. s. v. Det er utpregede sesonger og modesvingninger i bransjen, og man savner holdepunkter likeoverfor disse problemer. Likeledes vil sjefen gjerne ha et system som gir ham bedre oversikt over sine bestillinger. Videre vil det være betryggende å vite at et eventuelt svinn lar seg konstatere.

2. Vareklassifikasjonen.

Som allerede nevnt, vil meget avhenge av en hensiktsmessig vareklassifisering, en inndeling av varene i grupper som kan sees under et i innkjøpsdisposisjonene, grupper som får samme nr. eller betegnelse og som skal registreres sammen. Allerede ved utarbeidelsen av klassifikasjonen avgjøres således i stor utstrekning hva stykkstatistikken kommer til å gi svar på.

Det er forsåvidt teoretisk ingen grenser for hvor langt man kan gå med en inndeling, men vi skal huske på, at for hver ny underdeling vi foretar, vokser antall nummer i klassifikasjonen og dermed arbeidet med statistikken. Over en viss grense tilsløres oversikten over hele systemet og utnyttelsen blir illusorisk.

Likeledes skal inndelingen være lett å arbeide med når den daglige statistikk skal gjennomføres i praksis. Inndelingen skal gjerne følge ensartede linjer ned gjennom oppdelingen og således lettere kunne læres og utnyttes. Det vil være irriterende om man for hver eneste opplysning man vil ha, skulle være nødt til stadig å slå opp i vareklassifikasjons-oversikten for å finne frem. Og det skal legges vekt på at merkningen av varene ikke blir alt for innviklet å fareta, slik at den krever alt for mye tid og arbeide.

En annen vesentlig ting er at inndelingskriteriene skal være så objektive som mulig. Det må aldri oppstå tvil om hvor en vare skal plasseres. I så tilfelle vil selvsagt en stykkstatistikk miste en del av sin betydning hvis tvilsspørsmålet løses galt.

Ved utformningen av vår klassifisering vil jeg bruke en desimalklassifisering, dog ikke allerede ved selve hovedinndelingen. Forretningen er jo inndelt i 5 hovedavdelinger, og jeg vil derfor som utgangspunkt velge å betegne de forskjellige avdelinger med bokstaver, således:

- A. Metervarer.
- B. Damekonfeksjon.
- C. Kjoler.
- D. Boligutstyr.
- E. Småting.

Dette vil lette oversikten. Jeg skal så gå nærmere inn på oppdelingen av disse hovedgrupper.

A. Metervarer.

Som den første underdeling av denne hovedavdeling vil jeg foreslå en deling i

1. Ullstoffer.
2. Bomullstoffer.
3. Silkestoffer.

Dette er nemlig en avgjørende hoveddeling i flere henseende, både med hensyn til stoffenes anvendelse og med hensyn til kvalitet, sesong m. m.

1. Ullstoffer: Denne bør deles videre etter anvendelse i to undergrupper således:

11. Kjolestoffer.
12. Overløystoffer.

En videre deling av disse er også nødvendig og formålstjenlig, idet det vil være av avgjørende betydning å vite hvordan salget fordeler seg på de forskjellige kvalitetene under disse to grupper. Etter kriteriet kvalitet deles derfor kjolestoffer opp i:

- 111 ullgeorgette,
- 112 afghalain,
- 113 viylla,

og videre deles overløystoffer opp i:

- 121 kamgarn,
- 122 tveed,
- 123 cheviot,
- 124 ulster.

Ved disse stoffer kommer enn videre modemomentet inn.

Det blir spørsmål om hvor mye vekt vi skal legge på dette her. Jeg vil i denne forbindelse anbefale en videre deling etter mønstre og farver, idet moden, når det er tale om metervarer, vil gi seg uttrykk gjennom slike ting. Den videre deling ville jeg da eksempelvis foreta slik, overløystoffer, kamgarn:

- 1211 ternet,
- 1212 stripet,
- 1213 ensfarvet.

Videre vil jeg ikke gå med oppdelingen. Kriteriet pris kunne komme på tale, men jeg vil vente med dette, idet prislaget (jeg tenker her på å få konstatert kundekretens økonomiske plan) vil søkes registrert under hovedavdelingene for damekonfeksjon og kjoler. I det hele tatt vil jeg for enkelte forhold søke å samarbeide grupperingene under de forskjellige hovedavdelinger, slik at hvis en underdeling i en hovedavdeling gir opplysning av verdi for helheten, så søker jeg i størst mulig utstrekning å unngå registrering av det samme i neste hovedavdeling.

3. Bomullstoffer: Den annen hovedstofftype underdeles overensstemmende med ullstoffer etter anvendelse i to:

- 21. Utstyrsvarer.
- 22. Beklædningsvarer.

Utstyrsvarene deles så videre igjen etter hva slags stoff det er, satin, lærred osv. På lignende måte for beklædningsvarer. Af plasshensyn går jeg ikke nærmere inn på dette.

Jeg holder det dernæst for formålstjenlig å spalte beklædningsvarer videre opp i ensfarvet eller mønstret. Disse varer har et preg av modevarer. Derimot er utstyrsvarene hovedsakelig å betrakte som stapelvarer og etter fagfolks uttalelse ikke nødvendig å dele videre. Og vi skal sette inn på at få systemet så enkelt og overskuelig som mulig. Jeg vil således foretrekke å slutte av her for utstyrsvarenes vedkommende og heller ofre arbeide på grupper hvor utbyttet står mere i forhold til innsatsen.

En prisoppdeling for bomullstoffer lar jeg også være, både av den grunn som nevnt under ullstoffer og på grunn av den mindre betydning som prisen har her. Det er intet vesentlig skille mellom prisene innefor undergruppene. Den ligger rett fast omkring et nivå, og kundene kjøper ikke etter prisen i vesentlig utstrekning.

3. Silkestoffer: Denne hovedgruppe faller naturlig i to (cellullsilke føres ikke):

- 31 kunstsilke,
- 32 natursilke.

En videre underdeling, eksempelvis for kunstsilke, faller så etter kvalitet for taft, vistra, silkesatin o. s. v.

I likhet med hva vi gjorde for beklædningsstoffer i bomuld og ullstoffene, ville jeg også her gå inn for en underdeling i mønstret eller ensfarvet, idet dette her er av mere betydning enn f. eks. for utstyrsvarene.

En summarisk oversikt over inndelingen av metervarene blir da slik:

A. Metervarer:

1. Ullstoffer,

11 kjolestoffer,

111 ullgeorgette,

112 afghalain,

⋮

12 overtoystoffer,

121 kamgarn,

122 tveed,

⋮

2. Bomullstoffer,

21 utstyrsvarer,

211 dynesatin,

212 dynebolster,

22 bekledningsstoffer

221 forkledestoffer,

222 pyjamasstoff,

3. Silkestoffer,

31 kunstsilke,

311 taft,

312 vistra,

32 natursilke.

Som fjerde siffer kommer farver og monstrar.

Dette skulle efter min mening være en hensiktsmessig inndeling og tilstrekkelig efter forholdene. Vi har fått en ensartet inndelingslinje som hovedsakelig følger disse kriterier:

- 1 siffer: hovedtype stoff,
2. » : anvendelse,
3. » : kvalitet,
4. » : monstret/farver.

Eksempelvis får nu en stripet tveed betegnelsen. A 1222.

B. Damekonfeksjon:

Den første inndeling av denne gruppe vil jeg mene bør foretas efter

varens art. Det er rett mange forskjellige artikler som selges og så vesensforskjellige at interessen i første rekke samler seg om artene, frakker, kostymer, nederdele osv. Hittil har vi klart oss med 10 siffer til underdelingen. Dette vil i dette tilfelle ikke være tilstrekkelig for den første underdeling, idet antall artikler går opp i over 10. Jeg lar derfor den første underdeling bli to-sifret og lar den starte på 10, slik at vi får følgende inndeling til å begynne med:

- 10 Ulstre,
- 11 Vinterkåper,
- 12 Frakker,
- 13 Lette frakker,
- 14 kostymer,
- 15 nederdele,
- 16 slaks,
- 17 jans,
- 18 shorts,
- o. s. v.

Den næste inndeling kan diskuteres. Vi vil ha så objektive kriterier som mulig. På den annen side står vi her over for sesong og modeproblemer. Sesongen er i stor utstrekning registrert allerede ved denne første underdeling, mens modeproblemene ikke umiddelbart kan avhjelpest dermed. Dette er også en av de vanskeligste oppgaver for en stykkstatistikk. Modesvingninger som går i stoff, kvalitet, farver kan vi i stor utstrekning klare, derimot vil et forsøk på å registrere lunene, slik som de gir seg utslag i detaljraffineringer ved fasongen, kreve et arbeide som i almindelighet ikke står i et rimelig forhold til utbyttet. Spesielt på dette felt må stykkstatistikken parres med teft, innsikt og erfaring. Jeg vil mene at den næste underdeling foretas etter objektive kriterier og vil holde på stoff/kvalitet, slik at de enkelte varearter deles etter de stoff og kvaliteter som anvendes til de forskjellige og som vil fremgå av inndelingen av metervarene.

Med hensyn til farver og mønstre blir dette registrert under stoffene, og vi får derigjennem en god peiling på disse og behøver ikke få modefarve o. l. konstateret en gang til. Derimot vil vi i en videre underdeling bruke priskriterier som gir oss holdepunkter til bedømmelse av kundekretsens økonomiske plan. Eksempelvis deles således frakker, efter at inndelingen efter kvalitet er foretatt, opp i disse prisklasser:

- 150 kr.
- 150—200 »

200—300	kr.
300—400	»
400	— »

Det kan her komme på tale å bruke enten innkjøpspris eller detaljpris. Jeg har overfor forutsatt detaljpris, idet det tross alt er publikums mening vi skal lodde, og da vil det være best å bruke den pris som disse skal betale.

I tillegg til denne inndeling etter pris, vil jeg nu anbefale en inndeling etter størrelser, idet det er av avgjørende viktighet å få bragt på det rene, hvilke størrelser vi selger mest av i de forskjellige artikler. Vi får derigjennem konstatert om vår kundekrets karakteriseres mest av store »fruestørrelser« eller om den kanskje omvendt ligger i »backfish«-klassen osv. Og vi kan møte efterspørselen med et rasjonelt sortiment. Tar vi nu fortsatt frakker som eksempel, får vi følgende linje i inndelingen:

12. Frakker:

121 kamgarn,
122 tveed,

1211	—	150	kr.
1212	150—200	»	
1213	200—300	»	
1214	300—400	»	
1215	400	—	»

12111	størrelse	38
12112	»	40
12113	»	42
o. s. v.		

Vi får da også for denne hovedavdeling en ensartet inndelingslinje bygget på ganske objektive kriterier. De to første siffer betegner altså varearten, det neste kvalitet, det neste prisklassen og endelig det siste størrelsen.

C. Kjoler:

Vi er her inne i forretningens spesialavdeling og vil søke å registrere farver og mønstre i tillegg til hva vi gjorde for damekonfeksjon under B. Jeg vil foreslå den første inndeling etter stoffets hovedtype, slik:

1. Ullkjoler,
2. Bomullskjoler,
3. Silkekjoler,

etter samme orden som for metervarene. På denne måte får vi et meget godt og objektivt grunnlag som skiller vesensforskjellige kjoler og deres anvendelse. Vi blir også nødt til å ta delelinjen mellom lange (fotside) og korte kjoler med i betraktning. Likeledes skulle vi inn på farver og mønstre. Jeg mener vi kan få disse to kriterier under et siffer, idet vi gjør det på følgende måte, eksempelvis silkekjoler:

- 31 korte, mønstrede,
- 32 * , ensfarvet kolørte, sommerfarver,
- 33 * , ensfarvet kolørte, vinterfarver,
- 34 * , ensfarvet sorte,
- 35 lange, mønstrede,
- 36 * , ensfarvet kolørte, sommerfarver,
- 37 * , ensfarvet kolørte, vinterfarver,
- 38 * , ensfarvet sorte.

På samme måte tilpasses denne inndeling ullkjoler og bomullkjoler.

Næste siffer vil vi ofre til registrering av pris, på følgende måte:

- 311 — 75 kr.
- 312 75—100 *
- 313 100—150 *
- 314 150—200 *
- 315 200— *

Derefter tar vi som siste siffer en inndeling etter størrelsesgrupper:

- 3111 nr. 38
- 3112 * 40
- 3113 * 42
- o. s. v.

På denne måte har vi nu for kjoler fått en inndeling som følger en ganske bestemt linje. Første siffer betegner hovedtype stoff, annet siffer betegner farver, lange eller korte kjoler, tredje siffer betegner pris, og endelig det fjerde siffer størrelser.

D. Boligutstyr:

Denne avdeling får mere preg av en samleavdeling for så vidt som det er mere vesensforskjellige varer som selges under denne gruppe. De har tross alt fellesbetegnelsen boligutstyr, men de enkelte varers an-

vendelse er allikevel rett forskjellig. Det er således ikke uten videre lett å få en inndeling hvor de forskjellige siffer dekker samme kriterium. Vi skal imidlertid forsøke å få en viss ensartethet i inndelingen uten at dette går ut over kriterienes verdi for innkjopsdisposisjonene.

Avdelingen inneholder følgende varegrupper som får hvert sitt *første siffer*:

1. tepper,
2. gardinstoff,
3. møbelstoff,
4. sengeutstyr,
5. dekketøy.

Ad. 1, tepper: Forretningen fører kun maskinvevede tepper. Den første underdeling faller naturlig i følgende:

11. stueteppe,
12. korridorløpere,
13. forleggere,
14. divantepper,
15. pledd.

En videre deling mener jeg nødvendig, idet kvaliteten spiller en stor rolle. Jeg vil derfor gå videre med nok en inndeling. Eksempelvis for stueteppe, slik:

111. Axminster,
112. Wilton,
113. Bouclé,
114. Vendetepper,

for korridorløpere på samme måte:

121. jute,
122. velour,

og videre tilsvarende for divantepper, forleggere og pledd.

Ad 2, gardinstoff: Jeg tror det vil være det beste her med en gang å gå over til deling etter stoff/kvalitet, slik:

21. Curtain-nets,
 22. Etamine,
 23. Voile
- o. s. v.

Denne inndeling skulle være tilstrækkelig. Jeg kommer tilbake til en siste inndeling etter pris, etter at jeg har behandlet hele avdelingen ferdig.

Ad 3, møbelstoff: Jeg går her frem på samme måte som for gardinstoff. Underdelingen, 2.net siffer, blir her:

- 31. Fantasistoff,
- 32. Møbelcreton,
- 33. Velour,
- 34. uoppskåret mekka
- o. s. v.

Ad 4, sengeutstyr: Den beste måte å dele denne gruppe på blir etter varearten. Det dreier seg her om ferdigsydd sengeutstyr, og vi bliver således ved sammenligning mellom denne gruppe og metervarene i stand til å se hvordan salget av slike varer fordeler seg mellom ferdig utstyr og stoff i meter. Inndelingen blir slik:

- 41. dyner,
- 42. vattepper,
- 43. hovedputer,
- 44. dynebetrekk
- o. s. v.

Ad 5, dekketøy: Jeg vil her først skille mellom

- 51. duker,
- 52. servietter.

Derefter følger en inndeling etter stoff/kvalitet, således eksempelvis for duker

- 511. bomull,
- 512. hel-linned,
- 513. halv-linned
- o. s. v.

Som det vil fremgå har vi ikke for hele denne hovedavdeling *D* klart å holde samme ensartethet med hensyn til hvilke kriterier de enkelte siffer dekker. Det blir gruppene tepper og dekketøy som forstyrrer ensartetheten. Man kunne selvsagt gi de enkelte hovedgrupper under henholdsvis tepper og dekketøy et eget *førstesiffer* og se bort fra samlingsbetegnelse, men jeg vil mene at det ikke blir noen fordel. Gruppebetegnelse tepper og dekketøy bør holdes. Resultatet blir da at for gardinstof, møbelstoff og sengeutstyr betegner 1.ste siffer varegruppen og annet siffer stoff (for sengeutstyr vareart). For tepper og dekketøy betegner 1.ste siffer hovedgruppen, neste siffer en inndeling nærmest etter anvendelse og 3.dje siffer kvalitet, stoff.

Som det fremgår har vi vært meget sparsomme med inndeling i

denne avdeling. Jeg har nevnt prisinndeling under omtalen av gardinstoffene, og i betraktning av at vi hittil har en meget enkel inndeling, vil jeg foreslå at vi som siste underdeling tar en prisoppdeling for de forskjellige. Ved en inndeling etter pris får vi nemlig et meget godt mål for den kvalitet og den utførelse som passer våre kunder i disse varer. Denne prisinndeling kan dog diskuteres og behøver ikke gjennomføres for alle gruppene. Således vil den kanskje være mindre formålstjenlig for teppenes vedkommende.

E. Smdting:

Dette er en rett broket samling av forskjellige varer. Det vil være varer hvor stykkstatistikken hovedsakelig ikke er av tilnærmedesvis samme betydning som for de hittil behandlede varer. Det dreier seg om varer som:

knapper, pynteknapper, trykknapper o. l.,
 nåler, synåler, stoppenåler, sikkerhetsnåler,
 tråd, sytråd,
 garn, stoppegarn, brodégarn, strikkegarn,
 bånd, bendler,
 elastikk,
 sakser, strikkepinner,
 lommestørklæder, halstørklæder,
 kraver,
 spenner, belter
 osv.

For denne gruppe mener jeg det vil føre for langt å foreta noen underdeling på linje med de andre avdelinger. Arbeidet med en registrering av disse varer vil da ikke stå i noe forhold til deres verdi. Vi vil nøjes med et enklere system her, som jeg skal komme tilbake til under neste avsnitt.

3. Innsamlingen av det statistiske materiale.

Efter at vi nu har fastlagt grunnlaget for inndelingen av varesortimentet, kommer neste spørsmål om i hvor stor utstrekning registrering skal foretas og hvordan den skal foregå.

Vi tar for oss det første spørsmål. Vi kan si at formelen: varelager primo + innkjøp i perioden ÷ salg i perioden = varelager ultimo, danner rammen om varebevegelsene, og spørsmålet om i hvor stor utstrekning registreringen skal foretas, er faktisk spørsmålet om hvor mange av disse størrelser som skal registreres.

1. Vi kan nøye oss med å registrere salget, eller
2. vi kan foreta en løpende registrering av salget i forbindelse med periodiske lageropptellinger, eller
3. vi kan foreta løpende registrering av kjøp i forbindelse med en opptelling av begynnelses- og sluttlager og således beregne salget (Tickler-metoden), eller
4. vi kan registrere kjøp og salg løpende i forbindelse med periodisk opptelling av lageret til avstemning.

Den siste metode gir oss selvsagt de fleste og beste opplysninger. På den annen side krever den også mest arbeide. Jeg vil imidlertid gå inn for å benytte denne metode, idet den vil være best egnet til våre formål.

Vårt varesortiment består av relativt dyre varer i relativt større enheter, og antall stykker blir overkommelig å registrere. Hver salg vil ta en viss tid, vi har et kvalifisert personale stort sett, og i tillegg hertil kommer at det hittil har været vanlig å utstede salgssedler ved hvert salg. De problemer som stykkstatistikken i vårt tilfelle skal løse, vil kreve en slik registrering. Metoden gir oss anledning til å konstatere svinn. Den gir oss nøyaktig, løpende beskjed om salget. Vi har til en hver tid oversikt over lageret, vi kan se dets størrelse i forhold til salget osv.

Jeg vil derfor anbefale at vi bruker denne siste form med full registrering, og at vi knytter til et supplement med kontroll av varer i ordre.

Dette forslag gjelder imidlertid kun avdelingene A, B, C og D. For avdeling E vil denne registrering bli alt for omstendelig og kreve et arbeide som ikke står i forhold til utbyttet og varenes verdi forøvrig. Jeg vil da for disse varer foreslå at vi istedet går frem efter Tickler-metoden. Vi starter med en opptelling av lageret, innkjøpene registreres, og vi kan så når som helst foreta en optelling av lageret og således beregne salget. Denne lageropptelling kan meget godt foretas på forskjellige tidspunkter for de forskjellige varer. For noen kan det være behov for opptelling f. eks. månedlig, for andre kun hver 3.dje månte, hvert halvår osv. På denne måte får vi ikke konstatert svinn, idet et eventuelt svinn vil inngå i kvantum for solgt, men dette er også av mindre betydning for disse varer rent verdimessig sett.

Ved innføringen av disse registreringsformer forutsetter jeg at det over hele linjen startes med en nøyaktig opptelling av alle beholdninger.

Efter at vi nu har fastlagt hovedformen for registreringen, skal vi se på den konkrete fremgangsmåte for innsamlingen av de forskjellige data for lager, innkjøp, varer i ordre og salget.

Innkjøpet registreres efter innkjøpsfakturaer og regninger. Vareordrer eller bestillinger til senere levering skal også gå til stykkstatistikken.

Enten nu bestillingen gjøres skriftlig eller muntlig, skal statistikken ha beskjed. Jeg vil anbefale gjennomført en ordning med at det lages egne ordreskjemaer og at det må gjøres til regel at disse utfylles selv om bestillingen gjøres muntlig. Stykkstatistikken må ha kopi av alle ordrer til senere levering, hvis systemet skal virke effektivt.

Tilbake står så registreringen av salget. Det er hittil benyttet salgssedler ved de enkelte salg, og vi vil fortsette med å bruke disse. Men til vårt formål kreves nu at de enkelte udstedte salgssedler inneholder ganske bestemte opplysninger overensstemmende med vareklassifikasjonen. Vi vil ikke gå ut fra at ekspedientene kan lære seg denne utenat. Heller ikke vil det være nok å legge en klassifikasjonsoversikt ut i forretningen i de forskjellige avdelinger slik at ekspedienten kan »slå etter«. For å være helt sikre på en effektiv og riktig angivelse på salgssedlene, blir det nødvendig på forhånd å merke de forskjellige varer med det riktige klassifikasjonsnummer. (Jeg kommer senere tilbake til hvem som skal forestå dette arbeide).

På de varer som selges i stykker, slik som kjoler, dyner, tepper, osv. sitter det en prislapp på hver med angivelse av pris, størrelse, osv. På denne merkelapp må nu også klassifikasjonsnummeret skrives, slik at ekspedienten automatisk kan føre dette nummer på salgsseddelen.

Jeg vil likeledes anbefale at disse merkelapper avtas og får gå sammen med salgssedlene, kopiene, til stykkstatistikken. Dette kan synes som en unødvendig foranstaltning, idet man får en dobbelt-opplysning, men jeg vil mene at den kontroll man på denne måte får med at salgsseddelen er riktig utstedt med det rette klassifikasjonsnummer, *spesielt i den første tid* etter innføringen av stykkstatistikken, er av stor betydning. Den kan gi et erfaringsmateriale til eventuelle korrigeringer og rettelser (jfr. også straks nedenfor).

Ser vi nu på metervarer er det selvfølgelig like viktig med opplysning om klassifikasjonsnummeret. Her har vi dog ikke samme anledning til å merke varene. Stoffet ligger jo i ruller eller lignende og klippes ikke i stykker før kunden har bestemt seg for hvor mange meter han vil ha. Her blir det kun anledning til å forsyne rullen med en merkelapp, hvorfra så ekspedienten henter klassifikasjonsnummeret. Med salgsseddelkopien for slike salg, følger altså ingen merkelapper.

Man kunne tenke seg en annen løsning av problemet, ved å la salget av stykk-varene kun registreres gjennom merkelappene, og heller for metervaren bruke salgssedlene som grunnlag for registreringen. Jeg har imidlertid sett bort fra denne løsning, både av den grunn som nevnt ovenfor (kontroll- og erfaringsmaterialet) og på grunn av at i flere tilfelle vil en og samme ekspedient ekspedere såvel stykk-varer som

metervarer, f. eks. i avdelingen for boligutstyr. Skulle han så ha to forskjellige metoder å arbeide med, ville sjangsene for feil være store.

Vi bruker altså salgssedler som det primære registreringsmiddel. Vi selger varer med en relativt lang ekspedisjonstid, og den tid som medgår til utfylling av salgsseddelen, står ikke i missforhold hertil.

Med det samme vi er inne på salgssedler, vil jeg foreslå en ordning som vil lette registreringsarbeidet. Det blir hver dag bragt en bunke kopier til stykkstatistikken. Disse kopier bør selvsagt sorteres best mulig før påføring av kartotekkortene begynner. For i noen grad å lette dette arbeide med sorteringen, bør salgssedlene fra de forskjellige hovedavdelinger hurtig kunne adskilles. Til dette formål kunne vi la trykke en farvet bred strek eller lign. tvers over salgsseddelen heading, med forskjellig farve for hver avdeling.

4. Stykkstatistikken tekniske grunnlag.

Før jeg går videre skal jeg kort omtale den ydre form som stykkstatistikken i dette tilfelle bør få. Ved opplegget av denne statistikk står vi overfor disse mulighetene:

1. faste bøker,
2. løsblad,
3. kartotek,
4. maskinregistrering-hullkort.

De forskjellige former har hver sine fordeler og mangler. Ved faste bøker har vi de forskjellige »konti« faste. Man unngår muligheten for at en konto kommer bort. På den annen side blir det vanskelig å holde en fast systematikk, idet noen blader vil bli før utskrevet enn andre. Ved et løsbladssystem unngår vi de ulemper som faste bøker fører med seg, men jeg vil mene at det blir noe uhåndterlig til vårt formål. Derimot vil kartotek være det beste for oss. Vi har dermed ubegrensede muligheter for gruppering. Kortene blir lette å arbeide med under den daglige registrering. Vi kan behandle et kort av gangen. Vi kan få hele systemet meget oversiktelig ved å innrette kortene med »ryttere« o. l. Det er selvsagt den mulighet tilstede at kort kan bli borte, men 100 % sikkert vil neppe noe system bli i denne forbindelse. Jeg har i dette spesielle tilfelle valgt en vertikalt kartotek, men et plankartotek vil selvfølgelig også ha sine fordeler. Maskinregistrering vil jeg se bort fra. Det blir for dyrt i dette tilfelle, idet vi ikke kan utnytte kapasiteten i et slikt anlegg.

Vi blir altså stående ved et kartotek-kort-system.

5. Kartotekkortene.

Vi har etter den fastsatte vareklassifisering 5 hovedavdelinger. Hver av disse er underdelt etter stort sett ensartede kriterier innenfor den enkelte hovedavdeling. Derimot har det ikke været mulig og heller ikke formålstjenlig at underdele alle hovedavdelinger etter en og samme linje. Dette medfører at det i noen grad heller ikke blir hensiktsmessig å lage kartotek kort som kan være felles for hele varesortimentet. Jeg vil nemlig så vidt mulig søke å registrere flere kriterier på et og samme kort. På den måte vil vi for det første kunne spare et større antall kort, og føringen av kortene blir forbundet med mindre arbeide grunnet færre opp- og nedsettinger. For det annet vil vi få en bedre oversikt på en enklere måte.

Skjemaene er av disse grunner laget slik at avdeling B. og C. (damekonfeksjon og kjoler) får samme oversiktskort og samme dagligkort. Avdelingene A. og D. får også felles oversiktskort og dagligkort, og dagligkortene vil ytterligere være like for alle disse 4 avdelinger.

Småting har jeg valgt å registrere etter Tickler-metoden, og dette medfører at det blir hensiktsmessig alene av den grunn å gi denne avdeling egne kort.

I det følgende går jeg gjennom de skjemaer jeg har utarbeidet. Jeg starter med skjemaene for Damekonfeksjon (B.) og Kjoler (C.), jfr. fig. 1 og 2.

Fig. 1 viser det kort hvorpå den *daglige* registrering finner sted. Disse kort føres for hver prisklasse, med en registrering av samtlige størrelser innenfor prisklassen på samme kort. I kortets heading anføres i øverste venstre hjørne varens klassifikasjonsnummer, i dette eksempel B. 12131—7 (1—7 fordi alle syv størrelsene registreres på samme kort). I headingen er videre markert plass for: Vare, det vil si varens betegnelse (Frakker, kamgarn) og: Avd. (B. Konfeksjon). Likeledes skal prisklassen påføres. Derefter er kortet først delt i følgende loddrette hovedkolonner: Dato, størrelse 38, 40, 42, osv. Hver av størrelseskolonnene deles videre med en rubrikk til hver varebevegelse som skal registreres: lager, kjøp, salg og i ordre. Ved dette arrangement kan vi klare oss med et antall kort svarende til 1/7 av det vi ellers skulle ha, hvis vi anvendte et kort for hver endelig klassifisering. På den annen side blir kortene hurtigere oppbrukt, men overblikket blir etter min mening helt vesentlig bedre. Kortet føres da slik som antydnet på fig. 1.

Varer som er bestilt, men ennå ikke kommet, føres under bestillingsdatoen i rubrikken for varer i ordre. Når nu varene kommer, blir de ført inn i rubrikken for kjøp, samtidig med at tilsvarende tall i ordre-rubrikken »bolles» inn. På denne måte får vi oversikt over hva som

Dagligkort:

B 12131 - 7		Pris : 250/300																																			
Vare : Frakker, kamgarn		38				40				42				44				46				48				60				52							
Afd. : B. konfeksjon		Lager	køb	salg	ordre	Lager	køb	salg	ordre	Lager	køb	salg	ordre	Lager	køb	salg	ordre	Lager	køb	salg	ordre	Lager	køb	salg	ordre	Lager	køb	salg	ordre	Lager	køb	salg	ordre				
1949	Dato	30	2	5	③	16	3	7	20																												
	3/4																																				
	5/4																																				
	19/4																																				
	19/4																																				
	20/4																																				
	20/4																																				
	20/4																																				

Fig 1.

Oversiktskort

B. 121

Vare: Frakker, kamgarn
Afd : B.Konfeksjon

	- 150					151 - 200					201-300					301-400					401 -					Sum		
	38	40	42	44	46	48	50	38	40	42	44	46	48	50	38	40	42	44	46	48	50	38	40	42	44		46	48
lager 1/2																												
køb																												
salg																												
ordre 3/4																												
lager 1/2																												
køb																												
salg																												
ordre																												
lager 1/3																												
køb																												
salg																												
ordre																												
lager 1/4																												
køb																												
salg																												
ordre																												
lager 1/5																												
køb																												
salg																												
ordre																												
lager 1/6																												
køb																												
salg																												
ordre																												

Fig. 2.

er i ordre utestående (For det som er inngått er det mulig å lese leveringstiden fra datorubrikken).

Som det fremgår er kortets overkant skåret, slik at klassifikasjonsnummeret kan leses over kanten, dette er gjort for å lette registreringsarbeidet i å finne kortet. Likeledes er det meningen at skjemaet trykkes på begge sider av kortet.

Fig. 2 viser oversiktskortet for samme vare. Dette kort er innrettet slik at det viser summene både for samtlige størrelser og prisklasser for samme vare på et og samme kort. Antall oversiktskort svarer da til antall dagligkort dividert med antall prisgrupper.

Headingen har nu klassifikasjonsnummeret på midten for at det lett kan skille seg ut fra de daglige kort i kartoteket. De lodrette hovedkolonner er nu prisklasser, og disse er igjen delt i kolonner for størrelsene.

Lengst til venstre innføres vannrett for hver periode, her hver månte, de samlede tall for lager ved periodens begynnelse, kjøp i perioden, salg i perioden og i ordre ved utgangen av perioden. Disse tall hentes altså fra de daglige kort.

Dessuten er det summkolonner for totalene lengst til høyre. Slik som kortet er innrettet, er det beregnet for 1 års bruk. Jeg går så over til skjemaene for metervarer (A.) og boligutstyr (D.), jfr. fig. 3 og 4.

Fig. 3 viser det kort hvorpå den daglige registrering foregår. Det føres på samme måte som de daglige kort for damekonfeksjon og kjoler (fig. 1). Det er også innrettet på samme måte. Den eneste forskjell er at de lodrette hovedkolonner som på fig. 1 skal brukes til størrelsene, på dette kort anvendes til enten prisklasser eller kriteriene mønstret, ensfarvet, osv. alt ettersom kortet anvendes til boligutstyr eller metervarer, jfr. vareklassifikasjonen. Jeg går derfor ikke nærmere inn på dette.

Fig. 4 viser oversiktskortene. Prinsippet er også her det samme som for oversiktskortene for damekonfeksjon og kjoler. Dog er det innrettet således at det blir nødvendig med et oversiktskort for hvert dagligkort. Jeg unnlater nemlig av rent praktiske grunner å trekke flere kriterier inn på samme kort, plasshensyn og utvidelsesmuligheter med hensyn til antall stoffer og kvaliteter.

Før jeg går over til Tickler-kortene, skal jeg nevne lagertellingslister for disse første 4 avdelinger. Dette er lister som skal brukes ved de periodiske avstemninger av lageret til konstatering av eventuelt svinu m. v. Disse lister innrettes på samme måte som oversiktskortene, men blir enklere idet hele den lodrette kolonne i venstre side med tekstene: lager, kjøp, salg og ordre, kan erstattes av en almindelig datokolonne.

hvori opptellingsdatoen påføres, idet vi jo bare skal ha tallene for lagerbeholdningene.

Skjemaene for Småtings-avdelingen innrettes noe anderledes, Fig. 5 viser eksempel på de daglige kort for disse varer. Headingen anlegges på samme måte som for de hittil behandlede kort. Det utstedes et kort for hver vareart, og kortene kan benyttes over et lengere tidsrum, idet vi kan inndele siden i flere kolonnegrupper som hver består av: dato-rubrikk, rubrikk for ordre (kan muligens spares), rubrikk for kjøp, rubrikk for lager og rubrikk for beregnet salg.

Jeg har med et talleksempel vist hvordan registreringen skal foregå. Eksemplet vises for en vare hvorav salget skal beregnes hver uke, og lageropptellingene er overensstemmende hermed foretatt ukentlig.

Varer i ordre kan (eventuelt) registreres på samme måte som ved de andre avdelinger.

Lagertellingslistene innrettes som fig. 6 viser og kan således benyttes for flere enkelte varearter som har fått fastsatt samme tidslengde mellom hver opptelling.

Hermed skulle det nu være gitt eksempler på de kort som det vil være nødvendig å lage ved innføringen av systemet.

6. Føringen av statistikken.

Spørsmålet om hvem som skal føre statistikken, om det skal foregå sentralt eller ikke, blir de næste problemer. Jeg vil anbefale at den føres sentralt. Derved får vi en absolutt nøytral behandling, og vi sikrer en ensartethed og en mere samlet oversikt. Dessuten foretas innkjøpet av sjefen alene og ikke av de enkelte forstmenn i de forskjellige avdelinger.

Hvor stort personale som skal til, vil være avhengig, ikke så mye av omsetningens størrelse i kroner og ore, som av antall kort som skal føres og av antall ekspedisjoner (salgssedler). Antall innkjøpsfakturaer, ordrekopier, periodens lengde, spiller også inn, men ikke i samme grad som de to førstnevnte faktorer.

Med hensyn til antall kort så vil dette være følgende:

- ca. 1200 dagligkort og
- ca. 500 oversiktskort.

Det er selvfølgelig ikke hermed sagt at alle disse skal føres hver dag. Det er ikke hver dag det selles noe av samtlige varer i forretningen, og sesongene spiller også inn for en lang rekke varer.

Antall ekspedisjoner ligger gjennomsnittlig på ca. 200 om dagen.

På grunnlag disse støttepunkter vil jeg mene at det beste ville være å ansette en kontordame, som kun får stykkstatistikken som sit arbeidsområde.

Hun skal forestå all føring av kartoteket, de daglige registreringer av salg, innkjøp, ordrer og avstemme resultatene fra de periodiske lagerlister. Opptellingen forutsettes dog foretatt av personalet forøvrig. Likeledes får hun arbeidet med oversiktskortene og enkelte andre ting, som jeg kommer til senere under omtalen av utnyttelsen av statistikken. Jeg vil mene at hun også skal ha arbeidet med merkningen av varene. Hele stykkstatistikken føres således helt uavhengig av det almindelige bokholderi.

7. Forretningsgangen.

Efter at vi nu har fastsatt vareklassifikasjonen, tatt standpunkt til innsamlingen av det statistiske materiale, bestemt det tekniske grunnlag som et kartotek-system, gitt utkast til de nødvendige kort og foreslått en kontordame til å forestå det daglige arbeide, skal jeg ganske kort skissere opp hvordan hele systemet kommer til å virke. Det vil si vi skal se på »forretningsgangen« omkring stykkstatistikken.

En skjematisk fremstilling vises i fig. 7.

Vi betrakter en vare hvorfor det utstedes salgssedler. Vi kan starte med at en vareordre gives av sjefen i utgangspunktet, romertall I.

Ordren går til leverandøren, pil 1. Ordrekopien går til stykkstatistikken (2) og det bestilte kvantum påføres vedkommende kartotekskort.

De bestilte varer kommer så fra leverandøren sammen med faktura (3a og 3b) og blir klassifisert, merket og priset. En del av varene går inn på lageret (4) og en del ut i salgsløkalet (5). De innkomne varer noteres efter faktura på vedkommende kartotekskort (6).

Varene selges så i salgsløkalet, og ekspedienten utsteder en salgsseddel hvorpå føres varens klassifikasjonsnummer. En kopi av salgsseddelen (+ merkesedlen) går til stykkstatistikken (7), og det solgte kvantum blir anført på kartotekskortet.

Pil 8 viser en Want-slip som utfylles i salgsløkalet av ekspedientene. Den går til sjefen. Disse Want-slips vil bli nærmere omtalt under neste avsnitt.

Den periodiske avstemning mellom varebeholdning (beholdning på lager + varer i salgsløkalet) og stykkstatistikkens tall, angives ved (9). Hertil anvendes de foran omtalte lagertellingslister.

Endelig angir så (10) forbindelsen mellom sjefen og stykkstatistikken, det vil si rapporter og oversikter, utnyttelsen, slik som det vil bli fremstillet i neste avsnitt.

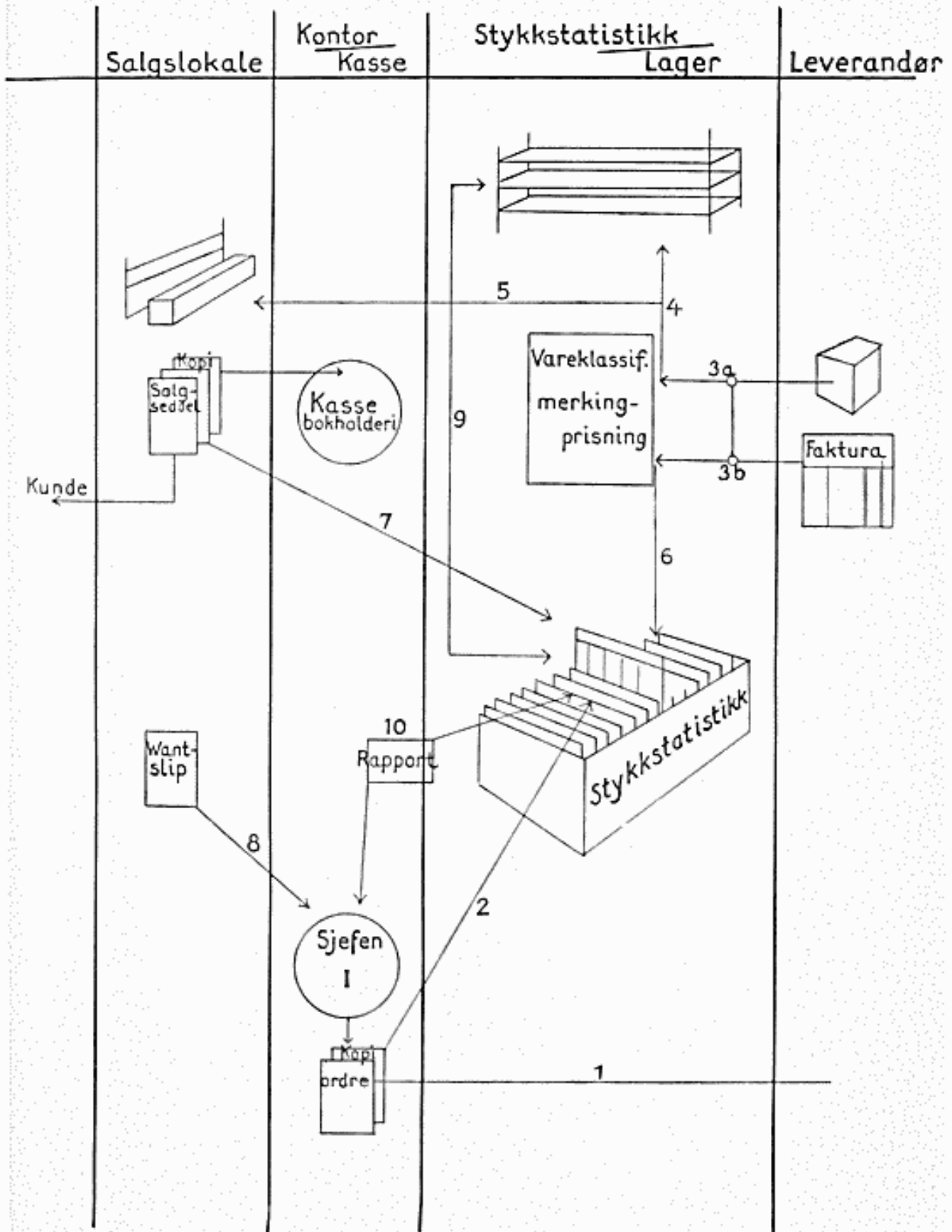


Fig. 7.

8. *Utnyttelsen.*

Som det nu har fremgått, samles alle opplysninger om salget, kjøp, bestillinger og lager i kartoteket, og vi har det hele konsentrert her.

Vareklassifikasjonen danner videre rammen om de opplysninger som vi kan hente fra stykkstatistikken. Slik som denne er foretat, er vi nu istand til gjennom registreringen å se:

1. hvilke varer som går, hvilke kvaliteter, hvilke farver, mønstre, hvilke størrelser de enkelte varearter bør føres i for å imøtekomme vår kundekrets. Vi kan ta for oss vedkommende kartotek-kort og lese de forskjellige tall direkte av kortet,
2. hvilke priser som passer kundekretsen for de forskjellige varer og vi kan begrense prisutvalget og sette inn på de riktige prislag.
3. hvor mye vi seller av de forskjellige varer, og
4. på hvilke tidspunkter. Vi blir etterhvert i stand til å lese hvor de forskjellige sesonger ligger.

På denne måte får vi et sikkert grunnlag for innkjøpsdisposisjonene. La oss f. eks. ta en selgers besøk. Vi tar for oss de angjeldende varers kartotek kort. Vi avleser hva vi har på lager, hvordan salget ligger, om vi står foran sesong eller om sesongen tvertimot er ved å ebbe ut osv., og vi kan disponere derefter. Hele tiden har vi grunnlag for å holde det mest rentable lager, vi kjøper ikke i blinde, men kan tilpasse lagerets størrelse til omsetningen.

Vi kan avlese omsetningshastigheten for de forskjellige varer, få vite hvilke som selges best og hvilke som er tungtselgelige i vår forretning.

La meg fremheve at stykkstatistikkenes verdi vil stige med den tid den har vært i virksomhet. Det er således klart at det vil gå et år før vi får holdepunkter for både vinter og sommersesonger. Men etterhvert får vi sikrere og sikrere grunnlag for disposisjonene gjennom det erfaringsmateriale som statistikken gir. Og dette sammenligningsgrunnlag den byr oss, skal utnyttes best mulig. Det blir adgang til å sammenligne årets salg med f. eks. forrige års salg enten nu sammenligningen gjelder det totale salg for året eller det gjelder salget i de enkelte måneder osv. Eventuelle differanser skal så søkes analysert og vi kan komme frem til forhold som vi ikke tidligere har vært oppmerksom på.

Efter å ha ført stykkstatistikken gjennom lengere tidsrum, kan vi likeledes få holdepunkter med hensyn til å fastsette henholdsvis et maximumslager og et minimumslager for enkelte varer. Disse kvanta kan så påføres på vedkommende kartotekskort. Så snart nu lageret f. eks. synker under minimumskvantum, kan vedkommende som fører statistikken gi beskjed og det hele kan således foregå rett automatisk.

Det skal imidlertid sterkt fremheves at denne ordning ikke kritikklost bør treffes for alle slags varer. Ordningen kan med hell anvendes ved stapelvarene som ikke er utsatt for vesentlige svingninger i salget. For mere mote og sesongpregede artikler kan den derimod ikke anbefales, idet salget for slike varer svinger eksempelvis fra en farve til en annen, fra en kvalitet til en annen osv. For slike varer skal som nevnt stykkstatistikkens tall brukes på annen måte. Statistikken registrerer hvordan salget svinger, vi kan følge moten på dens vei, se salget kulminerer og begynner å dabbe av osv. og innrette våre innkjopsdisposisjoner derefter.

Jeg vil i tilknytning hertil trekke frem anvendelsen av de såkalte Want-slips som nevnt i foregående avsnitt. Det hele går ganske enkelt ut på at ekspedientene fyller ut slike sedler i de tilfelle hvor kunden forgjeves har spurt etter en vare i forretningen. Sedlene legges lett tilgjengelig, og ekspedienten påfører hvilken vare det gjelder, varens art, stoff, farve, størrelse eller lignende. På denne måte kan vi komme på spor etter varer som vi bør komplettere varesortimentet med, enten det nu dreier seg om gjengse varer, eller nye varetyper, varearter osv. som kommer frem på markedet.

For alle varer har vi nu også kontroll med hva vi har i ordre. Vi unngår alle tvilsspørsmål i forbindelse med bestillingen. Vi har hele tiden oversikt og risikerer ikke å bestille dobbelt, vi vet hva vi har bestilt.

Ved periodiske opptellinger av lageret kan vi videre ved å sammenholde resultatene herfra med stykkstatistikkens tall, konstatere et eventuelt svinn. Slike opptellinger kan henlegges til stillere timer eller dager, og således innrettes etter sesonger eller spesielle foranledninger. Jeg vil derfor ikke foreslå en fast periodelengde med hensyn til opptellingene med avstemning for oye, en periodelengde som skulle gjelde for alle varer i forretningen. Men avstemning foretas etter sjefens ordre når slike forhold som nevnt ovenfor tilsier det. Det er selvsagt ikke nødvendig å avstemme alle varebeholdninger med stykkstatistikken på samme tidspunkt.

Konstateres nu svinn ved en eller annen vare, må de tall for lagerbeholdning som stykkstatistikken viser, straks rettes slik at stykkstatistikken ikke opererer med gale og villedende tall.

Nu er det jo så at sjefen hele tiden har adgang til kartoteket og hvilket som helst kort for hvilken som helst vare, når det skal disponeres. Men på den annen side er det selvsagt ikke alle varer som kjøpes inn etter selgesbesøk. Det er også nødvendig på eget initiativ å bestille varer. Det vil føre for langt hver dag å gå granskende igjennem

kartoteket. Det bør ordnes med et noe mere automatisk virkende opplysningssystem, i enkelte tilfelle.

Jeg vil derfor for det første foreslå at det etableres faste rapporter månedlig over salg, kjøp, lager og ordrer. Til dette bruk anvendes oversiktskortene, som jeg har forutsatt påført de forskjellige tall for hver måned, jfr. utkastet til kartolekskortene. Herigjennem får vi den store oversikt.

Dessuten bør det i visse tilfelle etableres spesielle rapporteringer. Jeg har allerede vært inne på anvendelsen av de på erfaring fastsatte max. og min. lager for enkelte varer. Likeledes har jeg omtalt bruken av Want-slips. Ytterligere vil jeg anbefale at det pålegges å gi spesielle, mere kortsiktige rapporteringer i enkelte tilfelle, f. eks. ved typiske sesonger, slik at det has sikkerhet for at det disponeres fornuftig og riktig idet minst mulig overlates til tilfeldigheter. Det unngås at ting blir glemt og varer mangler, eller omvendt at lageret er for stort idet sesongen ebber ut osv.

En annen ting som er meget anvendelig i forbindelse med stykkstatistikken, er grafiske fremstillinger. Slike letter oversikten og gir et mere levende inntrykk av svingninger og bevegelser i salget. Det er selvfølgelig ikke rimelig å lage en grafisk fremstilling for hver eneste vare, men for enkelte varer er det av betydning. Man kan f. eks. ta for seg enkelte typiske varer, nøkkelvarer, for sesong, mote, forhold mellom salg av ferdigsyde varer og metervarer, eller lignende forhold.

Et par eksempler vil illustrere dette (kurvenes forløp er kun helt vilkårlig tegnet).

Vi tar for oss en fremstilling av vintersesong, jfr. fig. 8. Eksemplet viser det samlede salg av ulstre, som jo er en typisk sesongvare som kan karakterisere vintersesongen. Av kurven får vi straks et inntrykk av salgets fordeling over året og således hvordan innkjøpsdisposisjonene skal legges an. I samme aksesystem kan vi fortsette med å inntegne neste års salg osv. og muligens spore tendenser eller forskyvninger, både i salget absolutt sett og om sesongen av en eller annen grunn forskyves, jevnes mere ut eller lignende.

Et annet eksempel vises i fig. 9 (kurvene fremdeles vilkårlig tegnet). Eksemplet viser sammenhengen mellom salg av metervarer, ulstestoff i de forskjellige mønstre, ternet, stripet, ensfarvet.

Man kan få et tydelig bilde av hvilke mønstre som efterspørres mest og hvordan efterspørselen eventuelt skifter. På eksemplet viser det seg således at salget av stripet stoff, som sikkert var i skuddet forrige år, etterhvert i den nye sesong innhentes av ternede stoffer, mens ensfarvet derimot beholder sin posisjon og er altså en mere trygg salgsvare.

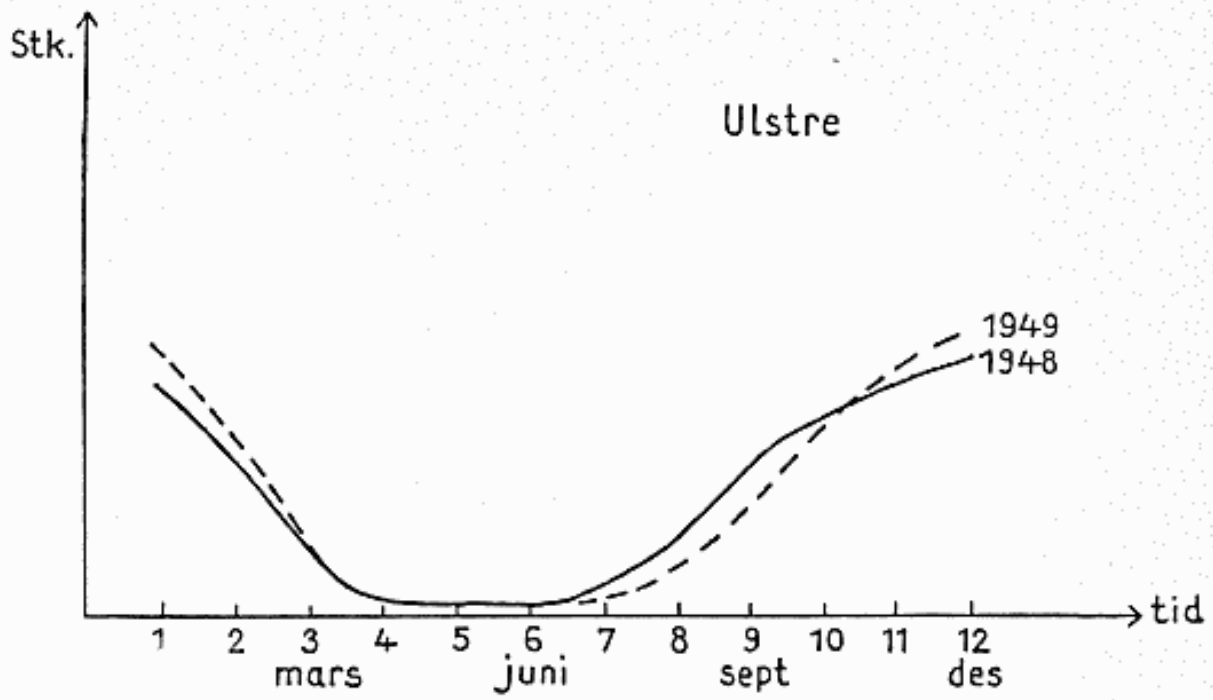


Fig. 8

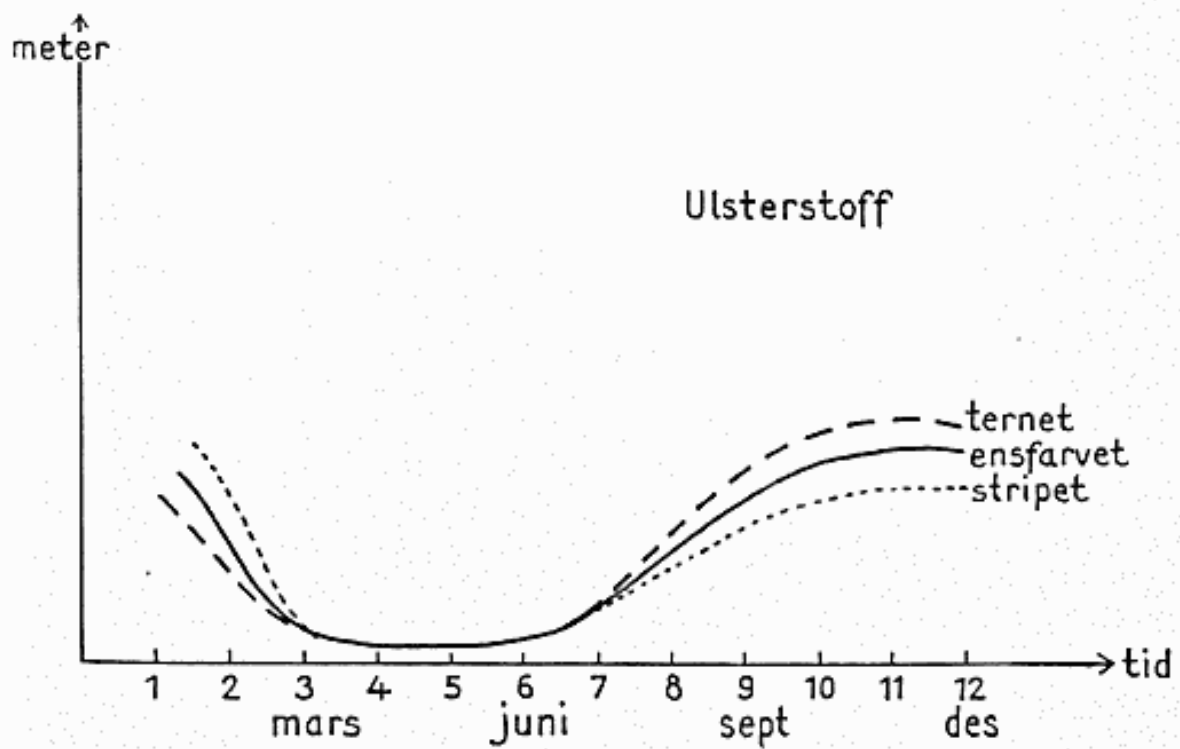


Fig. 9

På lignende måte kan man nu på en meget oversiktlig og illustrerende måte få et meget godt grunnlag for disposisjonene. Og det arbeide som er forbundet med fortløpende å lage kurvene, er jo minimalt.

Før jeg forlater dette avsnit, vil jeg ikke unnlate å fremheve at man ikke bare skal godta de tall som stykkstatistikken gir og innrette sine disposisjoner forholdsvis passivt derefter. Nei, man har også anledning til å søke å utnytte disse holdepunkter som grunnlag for et aktivt salgsarbeide rettet mot å endre, forsterke eller utjevne de tendenser som stykkstatistikken gir beskjed om. Og gjennom stykkstatistikken registrering av salget, får man et utmerket grunnlag for å bedømme en eventuell salgsinnsats' effektivitet og rentabilitet.

9. Instruksjonen av personalet.

Som avslutning kan det være på sin plass å fremheve, at det blir av avgjørende betydning for stykkstatistikken gjennomførelse på en riktig og effektiv måte, at personalet blir satt inn i systemet. Jeg tenker ikke her på at vedkommende som skal føre statistikken får en grundig innføring i teknikken og fremgangsmåten. Det er en selvfølge. *Hele* salgspersonalet bør instrueres. For det første bør personalet foreholdes systemets innførelse og hensikten med det. På den måte sikrer vi oss at personalet får den riktige oppfattelse av systemet, og at de ikke ser det som en unødvendig forøkelse av deres arbeide.

For det annet bør hele systemets virkemåte forklares, slik som det eksempelvis er skissert opp i fig. 7. Personalet får adgang til å sette seg inn i vareklassifikasjonen. Bruken av Want-slips skal instrueres. Utfylling av salgssedlene skal instrueres og innskjerpes, slik at alle blir klar over nødvendigheten av en nøyaktig utfylling av disse, og at de kan gjøre det riktig.

Dette blir jo en absolutt betingelse for at det hele lar seg gjennomføre med utbytte.