

Technologia wspiera handel w walce z kradzieżami. Dzięki kamerom szybciej zrobisz zakupy przed świętami

- Co trzeci Polak prawdopodobnie zrobi zakupy modowe w Czarny Piątek, a co piąty kupi produkty do domu i ogrodu. Tak było przed rokiem.
- 40-procentowy wzrost liczby kradzieży w sklepach zwiększa zainteresowanie branży handlowej rozwiązaniami zabezpieczającymi przed takimi zdarzeniami.
- To m.in. bramki antykradzieżowe, wykrywacze rozszywaczy, videoparagon czy coraz nowocześniejsze kamery.
- Wiele z tych zabezpieczeń wspiera handel także w zarządzaniu pracą sklepów i stanami magazynowymi. To pomaga w sprawnym i efektywnym obsłudze większego ruchu w okresie przedświątecznym.

W tym roku w Czarny Piątek przypadający 24.11. Polacy mogą zrobić o 20% więcej zamówień internetowych i o 40% zwiększyć wartość sprzedaży w porównaniu z ubiegłorocznym świętem zakupów (dane Admitad Polska). W ubiegłym roku aż 29% Polaków zrobiło w Czarny Piątek zakupy modowe, co piąty zakupy produktów do domu i ogrodu. W tym roku inne są jednak pewne okoliczności.

Według informacji Komendy Głównej Policji w pierwszym półroczu 2023 roku odnotowano wzrost liczby przestępstw kradzieży w sklepach o 40 proc. w porównaniu do tego samego okresu w 2022 roku, w sumie było to blisko 24 tysiące przypadków. Wzrosła także liczba wykroczeń związanych z kradzieżą - o prawie 22 proc.

Od października tego roku zmieniła się kwalifikacja przestępstwa kradzieży. Teraz jest nim przywłaszczenie towarów o wartości powyżej 800 zł, a nie 500 zł jak było to wcześniej. W następstwie tej zmiany liczba kradzieży już wkrótce może wzrosnąć jeszcze bardziej. Niewielkie sankcje za rabunki mogą zachęcić drobnych złodziei, bo za wykroczenie karą jest najczęściej grzywna, a za kradzież zakwalifikowaną jako przestępstwo sprawca może się spodziewać nawet pięciu lat więzienia. Tylko około 10 procent przestępców jest łapanych na gorącym uczynku. Branżę handlową w walce z kradzieżami wspiera technologia.

- Szczególnie narażone na tego typu działania są małe sklepy, zwłaszcza te, które nie mają zaawansowanych zabezpieczeń, dysponują niewielką liczbą pracowników i nie mają określonych procedur postępowania. Branża handlowa jest świadoma zagrożeń związanych z uwarunkowaniami prawnymi czy ekonomicznymi. To wpływa na rosnące zapotrzebowanie na rozwiązania antykradzieżowe, zabezpieczające sklepy. Chociaż klienci zwykle nie kojarzą galerii handlowych z zaawansowaną technologią, te miejsca często korzystają z nowoczesnych rozwiązań. Istotnym elementem tych innowacji są systemy zabezpieczające przed kradzieżą towarów. Wśród najpopularniejszych są bramki antykradzieżowe czy system detekcji użycia rozszywaczy (stosowany w przymierzalniach, gdzie nie ma kamer i ochrony) – mówi Sylwia Gustkowicz ze SPIE Building Solutions.

Ekspertka wskazuje, że równie przydatny jest system RFID. To rozwiązanie identyfikacji radiowej oparte na antenach sufitowych i detekcji tagów (takich jak metki czy klipsy) przytwierdzanych do produktów. Zabezpiecza on sklepy przed najpopularniejszą metodą kradzieży, polegającą na przeklepaniu metek z kodami paskowymi z tańszych, na droższe produkty.

Bramki zintegrowane z kamerami

Często stosowanym rozwiązaniem jest też system bramek umieszczonych przy wejściu do sklepu zintegrowany z systemem monitoringu. Alarm na bramce, która wykryła podejrzany przedmiot podczas wejścia lub wyjścia klienta ze sklepu, automatycznie wysyłany jest do kamer i operatora.

- Kamery odgrywają coraz istotniejszą rolę w funkcjonowaniu handlu, o ile są to nowoczesne urządzenia pozwalające na zwiększenie bezpieczeństwa i efektywności. Zespoły kamer są integrowane z innymi systemami, jak alarmowe czy kontroli dostępu, a dzięki analizie danych wspierają zarządzanie całą infrastrukturą bezpieczeństwa. Informują o nieautoryzowanym dostępie do określonych obszarów. Dzięki temu, operatorzy systemu mogą łatwo monitorować sytuację w różnych lokalizacjach, reagować na alarmy i analizować dane. Zaawansowane funkcje analizy obrazu uzupełnione o specjalne algorytmy sprawiają, że kamery potrafią np. rozpoznawać tablice rejestracyjne i wykrywać pozostawione przedmioty, nawet w trudnych warunkach oświetleniowych. Dzięki temu, operatorzy systemu otrzymują też natychmiastowe powiadomienia o podejrzanych działaniach, co znacząco skraca czas reakcji – mówi Sylwia Gustkowicz ze SPIE Building Solutions.

Sklepy wielkopowierzchniowe w Polsce, decydując się na specjalistyczne rozwiązania, wydają na zabezpieczenia przeciwkradzieżowe 2,6 mld zł rocznie – wynika z raportu firmy Crime&Tech, a roczne straty sieci handlowych w wyniku kradzieży to 4,84 mld zł.

Technologia pomaga obsłużyć zwiększony ruch przedświąteczny

Nowoczesna technologia wspiera sklepy także w sprawnym obsłudze zwiększonego ruchu. Jesień i końcówka roku to tzw. wysoki sezon w handlu. Na ten czas czeka cała branża, bo to okazja do zwiększenia przychodów i umocnienia rynkowej pozycji. Pierwszym dniem zniżek na dużą skalę, które przyciągają do sklepów wzmożony ruch konsumentów, jest tzw. Black Friday, czyli Czarny Piątek. Zakupy wg badań robi wtedy 6,7 mln Polaków, czyli co piąty w wieku 14+. Wydatki przekraczają 2,3 mld zł. Tego dnia sklepy notują rekordowe wyniki sprzedaży. Black Friday to także początek sezonu zakupowego przed Bożym Narodzeniem.

- Dzięki zaawansowanym funkcjom analizy obrazu, kamery mogą dostarczyć informacji o natężeniu ruchu w różnych porach dnia, co jest kluczowe dla optymalizacji grafików pracowników. Analiza ruchu może pokazać, które obszary sklepu są najczęściej odwiedzane, co stanowi kluczowy element w optymalizacji układu sklepu i dostosowaniu strategii sprzedaży. Kamery monitorują procesy sprzedażowe, wykrywają nieprawidłowości i dostarczają danych do optymalizacji działań. Ponadto kamery mogą być zintegrowane z systemami zarządzania sklepem. Współpracują z systemem zarządzania zapasami, informując, kiedy brakuje jakiegoś produktu na półce. Poprawiają efektywność działania w trudnym okresie zwiększonego ruchu – mówi Michał Michniowski z Hikvision Poland.

Coraz częściej takie rozwiązania są stosowane nie tylko w wielkich centrach handlowych, ale i małych sklepach. Dzięki modułowej budowie i różnorodnym opcjom konfiguracji tam też mogą spełnić swoją funkcję. W ten sposób technologia nie tylko ułatwia zrobienie zakupów konsumentom, ale i pozwala sprawnie i efektywnie radzić sobie ze sprzedażą właścicielom sklepów w tym ważnym dla nich czasie.