

Jakie rozwiązania przeciwkradzieżowe stosować w sklepach?

- Kradzieże w sklepach są plagą naszych czasów, nie tylko u nas. Zjawisko kradzieży w centrach handlowych i sklepach na świecie jest tak duże, że ma własne określenie, jakim jest Shoplifting.
- Roczne straty branży retail w wyniku kradzieży to prawie 5 mld zł – wynika z raportu firmy Crime&Tech.
- Sklepy inwestują w zabezpieczenia ok. 2,6 mld zł rocznie – wśród nich są „inteligentne bramki” komunikujące się z monitoringiem, detektory rozszywaczy czy videoparagony.

Rośnie liczba kradzieży w sklepach

W mijającym roku, jak wynika z danych Komendy Głównej Policji, liczba kradzieży wzrosła we wszystkich kategoriach w sklepach i na stacjach benzynowych. Od stycznia do października 2022 stwierdzono 26 030 kradzieży. To prawie 30% więcej niż przed rokiem. Najwięcej przypadków odnotowano w Warszawie i na Śląsku.

Z tego powodu branża retail sięga po rozwiązania mające zapobiegać kradzieżom.

– Galerie handlowe i sklepy stacjonarne raczej nie kojarzą się klientom z zaawansowaną technologią. Tymczasem są one wyposażone w nowatorskie rozwiązania. Szczególną rolę high tech odgrywa w okresach, kiedy liczba odwiedzających sklepy rośnie, a sprzedaż bije rekordy, jak przy okazji niedawnego Black Friday. Stosowane systemy mają służyć nie tylko zwiększaniu komfortu kupujących i podnoszeniu poziomu ich obsługi, ale także skracaniu kolejek przy kasach i zwiększaniu dostępności produktu na półkach. Ważną częścią tych rozwiązań są technologie zabezpieczające asortyment przed kradzieżami – mówi Mirosław Cieśla ze SPIE Building Solutions.

Prawie 5 mld zł strat rocznie

Sklepy wielkopowierzchniowe w Polsce, decydując się na specjalistyczne rozwiązania, wydają na zabezpieczenia przeciwkradzieżowe 2,6 mld zł rocznie – wynika z raportu firmy Crime&Tech. Ma to uzasadnienie ekonomiczne – takie inwestycje się zwracają. Straty związane z kradzieżami w sklepach są bowiem dużo wyższe. Jak podaje raport Crime&Tech, roczne straty sieci handlowych w wyniku kradzieży to 4,84 mld zł.

Wspomniane 2,6 mld zł to zatem dużo mniej. Z czego to wynika? Być może po części z niewielkiej dotkliwości kar dyktowanych polskim kodeksem prawnym. W naszym systemie kradzież towaru o wartości do 500 zł to jedynie wykroczenie, a za to kara nie jest zbyt surowa. Co więcej, rząd pracuje nad podniesieniem progu kradzieży, co budzi niepokój branży handlowej.

Które produkty najczęściej kradną w sklepach Polacy?

Według raportu Crime&Tech, z półek sklepowych najczęściej kradzione są alkohole, sery, mięso, słodczyce i ryby w puszcze. W sklepach odzieżowych to najczęściej różnego rodzaju akcesoria, dzianiny, spodnie i bluzy. Ze sklepów z elektroniką z kolei zwykle złodzieje wynoszą telefony komórkowe, a z marketów budowlanych – elektronarzędzia.

Jesień i końcówka roku to tzw. wysoki sezon w handlu. Pierwszym dniem zniżek na dużą skalę, które przyciągają do sklepów wzmożony ruch handlowy, 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.

Jakie rozwiązania zapobiegające kradzieżom w sklepach wprowadza branża retail?

Na polskim rynku jest dostępna nowatorska i coraz skuteczniejsza technologia wspierająca sieci handlowe w zmaganiach z nieuczciwymi klientami. Co więcej, jest ona dostępna „od ręki”. Wśród najpopularniejszych i znanych od lat rozwiązań są kamery, pracownicy ochrony czy bramki antykradzieżowe. Jednak dopiero połączenie funkcjonalności takich rozwiązań znacząco zwiększa ich skuteczność.

– Coraz powszechniej stosowanym rozwiązaniem technologicznym w obszarze zabezpieczenia przeciwkradzieżowego są systemy EAS, szczególnie skuteczne w wykrywaniu kradzieży w wysokim sezonie zakupowym, kiedy klientów jest znacznie więcej. To 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 – mówi Mirosław Cieśla – ekspert w zakresie zabezpieczeń antykradzieżowych w handlu.

Jeszcze innym rozwiązaniem jest SMAS – usługa zarządzania stratami z użyciem zdalnego sterowania bramkami. Każdy alarm z bramki doliczany jest do zestawienia, które na podstawie wartości i ilości towaru, jaki był w sklepie oraz strat, potrafi wskazać np. kiedy dochodzi do dużej liczby kradzieży lub że sprzedawcy nie zdejmują zabezpieczających klipsów w momencie pakowania zakupionego towaru, co wzbudza nieuzasadniony alarm.

Detekcja rozszywaczy, identyfikacja radiowa, videoparagon

Jeden z nich działa przede wszystkim w sklepowych przymierzalniach. ApparelGuard – system detekcji użycia rozszywaczy – ogranicza skalę kradzieży, które trudno wykryć, ponieważ w przymierzalniach nie można instalować kamer, a miejsca te są niedostępne dla ochrony.

Równie przydatny jest system RFID. To rozwiązanie identyfikacji radiowej oparte na antenach sufitowych i detekcji tagów (takich jak metki czy klipsy) przytwierdzanych do produktów. Te niewidoczne i nieograniczające przestrzeni wejścia zarazem anteny antykradzieżowe dają rezultaty, choć są niezauważalne przez większość klientów.

Źródłem zagrożenia nie zawsze jest jednak klient. Równie dobrze kradzieży mogą dopuszczać się pracownicy sklepu, dostawcy czy serwis sprząający. W takim wypadku sprawdza się system CUBE – innowacyjny system kontroli dostępu, który dzięki połączeniu do Internetu, pozwala uzyskać dane o strategicznych obszarach działalności obiektu, jak np. o tym, kto i kiedy otworzył obiekt lub kiedy i przez kogo system alarmowy został uzbrojony/rozbrojony.

Przed nadużyciami chroni też videoparagon – narzędzie managerów sklepów. Daje możliwość weryfikacji każdej transakcji kasowej pod kątem jej poprawności, np. czy oprócz zwrotu gotówki dla klienta, transakcja zakończyła się również zwrotem towaru do sklepu.

– Niezaprzeczalnie największe straty ponoszą sklepy, które nie inwestują w nowatorskie zabezpieczenia. O ile mapy ciepła, lokalizatory, kamery czy monitoring wizyjny dają wiedzę, w którym miejscu sklepu jest najwięcej klientów i gdzie zatrzymują się oni na dłużej, co ułatwia tworzenie ekspozycji, o tyle systemy antykradzieżowe wpływają na zyski i straty firm. Kluczowe jest więc regularne sprawdzanie i serwisowanie zastosowanych rozwiązań i urządzeń – mówi Mirosław Cieśla ze SPIE Building Solutions.

Montowane od kilku lat w dużych sklepach systemy zabezpieczające przed kradzieżą mają nie tylko tę jedną główną funkcję. Oprócz tego to także próba zwiększania zadowolenia klientów i popularności konkretnego obiektu, który zaczyna być polecany między konsumentami. W ślad za tym idzie zwiększona odpowiedzialność i sukces biznesowy sklepu.