

Elvárás, hogy az áruvédelem nyújtson többet a lopás megakadályozásánál

Áruvédelmi körképünkben azt vizsgáltuk, hogy az FMCG-szektorban milyen lehetőségek vannak arra, hogy a kereskedők megóvják a bolti árut a lopástól, hogyan változnak az üzletek igényei, és a piaci szereplők milyen megoldásokat kínálnak nekik.

Egyre több terméket látnak el az üzletek áruvédelmi, lopásgátló rendszerekkel. Erre azért van szükség, mert becslések szerint az üzletekből, raktárakból, vagy szállítás közben valamilyen módon eltűnt áru értéke akár a százmilliárd forintot is elérheti évente.

Az áruvédelmi piac hazai szereplőit szerint már az FMCG-szektorban is keresik a komplex informatikai megoldásokat, amelyekkel akár a vásárlók szokásait is jobban megismerhetik az üzletek. Ez pedig előnyt adhat a versenytársakkal szemben.

EGYEDI MEGOLDÁSOK AZ EGYEDI IGÉNYEKRE

Órs Tünde, a SPIE Agis Fire&Security Kft. retail üzletág igazgatója elmondta, hogy a technikai fejlődés ellenére a csak mechanikai védelem nem elegendő az üzletekben, hiszen élőerő szükséges például az áruvédelmi etikettek felhelyezéséhez és levételéhez. A költséghatékonyság miatt az áruvédelmet



Órs Tünde
retail üzletág igazgató,
SPIE Agis Fire&Security Kft.

már olyan kiegészítő szolgáltatások támogatják, mint az analitikák, vevőszámolás, hőterkép, vagy az RFID (rádiófrekvenciás azonosítás) megoldások.

A SPIE törekszik az egyedi megrendelői igények kielégítésére és kifejezetten az FMCG területen jelentkező, speciális áruvédelmi megoldások kidolgozására.

„Egyedi megoldásaink között említhetném a szalámi vagy a kihelyezett áruk védelmét, a rejtett típusú áruvédelmi kapuk beépítését, speciális áruvédelmi gyűrűk gyártását, illetve a kisméretű és finom kozmetikai termékek védelmére egyedi címkék gyártását” – sorolta.

Órs Tünde elmondása szerint a komplex megoldásokra egyre nagyobb az igény a kereskedelemben.

„Megrendelőink szeretnék, ha az áruvédelem már többet nyújtana a lopás elleni védelemnél, ezért már az áru útját is tudjuk követni a gyártástól egészen a végső megvásárlásig. Mialatt az áru a raktárba kerül, útközben kamion-megfigyelő (kamerás) rendszerünk kíséri, a raktárban, logisztikai köz-

pontokban pedig telepített áruvédelmi antennáink. A kis-kereskedelmi egységekben az AM (akusztó-magnetikus) és RF (rádiófrekvenciás) rendszerű áruvédelmi kapunkat vizsgálunk az árukészletre” – magyarázta.

A védelemen túl kamera rendszerek és speciális belépési jogot biztosító rendszerek telepítésével segíti a SPIE az üzleteket.

NŐ AZ IGÉNY A KOMPLEX SZOLGÁLTATÁSOKRA

Az elektronikus áruvédelmi rendszereknél új megoldások a komplex áruvédelmi kapu, amely már a beépített RFID olvasót is tartalmazza. Szintén új szolgáltatásuk, hogy az önkiszolgáló kasszáik megjelenésével – együttműködve pénztárgépgyártó vállalatokkal – olyan komplex megoldást nyújtanak, hogy a vásárló egy mozdulattal tudja hatástalanítani az áruvédelmi címkét, amivel költséget tud megtakarítani a kereskedő, hiszen nincs szüksége emberi tényezőre a hatástalanításhoz.

Megjegyezte, hogy újdonság a piacon, hogy a forráscímkezéshez már egyedi címkéket is tud a SPIE gyártani, például a termék logóját, színét is feltüntetve rajta. Van olyan áruvédelmi címkéjük, amely az AM és RF jelet is tartalmazza, ez a ComboTag.

Elmondása szerint a vevők igénye egyértelmű változást mutat a komplex szolgáltatások irányába.

„Elvárják, hogy a megvásárolt áruvédelmi folyamat épüljön a kereskedelmi és marketing folyamataikba, azokból analitikákat készíthessenek és megváltoztathassák például egy termék helyét a polcokon. Ezekre az igényekre fejlesztették ki gyártóink a hőterképes megoldásokat, a vevőszámolókat, a vásárlói út megfigyelését nyújtó, analitikai rendszereket” – mesélte.

Minden rendszertket és terméket úgy alakították ki, hogy azok működőképeseek legyenek a legkisebb és a legnagyobb kereskedelmi egységben is. Kiegészítő szolgáltatásuk közé tartozik a díjmentes helyszíni felmérés és tanácsadás, a teljeskörű tervezés, kivitelezés, oktatás, online felügyelet és hibaelhárítás, a 24 órás hibabejelentés, és a folyamatos áru-