

היעילות של מערכות למיגון מוצרים בשטח המכירה

גנבת מוצרים בשטח המכירה מהווה נתח לא מבוטל מעוגת הפחת לפעמים עד כדי 40% מסך הפחת של החנות. מזה שנים רבות רשתות האופנה ממגנות את פרטי הלבוש והאביזרים בשטח המכירה באמצעות מערכות מיגון אלקטרוניות כנגד גניבת מוצרים.

העיקרון הטכנולוגי היינו: הצמדת תג אלקטרוני (המכונה "זמזם") למוצר והתקנה של מערכת אנטנות בכניסה לשטח המכירה. המערכת מתריעה באמצעות ציפוף קולני ותאורה אדומה על כל לקוח אשר עובר דרך האנטנות מבלי שהתג נוטרל.

ישנם שני סוגים עיקריים של תגים: תג רב פעמי ותג חד פעמי.

שימוש בתג חד פעמי אינו שכיח במיוחד מאחר ועלותו יקרה, הוא נסתר מן העין ויכולתו של הלקוח לנטרל את התג קלה. מכאן שההרתעה שהוא מספק מוגבלת. לעומת זאת, השימוש בתג רב פעמי שכיח יותר. זאת מכיוון שהתג חשוף לעין, לכן בעל יכולת הרתעה, ומכיוון שיכולת ניטרול התג, מבלי לגרום נזק למוצר, קשה יחסית.

מסיבות אלה ואחרות בישראל רוב רשתות האופנה נוהגות למגן 100% מפרטי הלבוש והאביזרים בשטח המכירה, כאשר רק מספר מצומצם של רשתות בחרו שלא למגן כלל את פרטי הלבוש.

לכך יש שתי סיבות: אחת העלות התפעולית של המיגון והשניה חשש של הנהלת הרשת מפגיעה בחווית הקניה בשטח המכירה במיוחד כאשר לפעמים מערכת המיגון מתריעה על 'אזעקת שווא'.

בהתחשב בנתונים אלה עולות שתי שאלות מעניינות. ראשית, האם רשתות אשר אינן ממגנות את מוצריהן סובלות יותר או פחות מגנבת מוצרים על ידי לקוחות? שנית, האם במקרה שבו לקוח החליט לבצע גניבה - המערכת אכן תרטיע אותו מביצוע החלטה זו.

נציין כי מניסיונו סך אירועי התפיסה ("על חם") של צוות העובדים בחנות היינו נמוך מעוד ביחס לסך אירועי הגניבה על ידי לקוחות. מספר המקרים בהם צוות העובדים בחנות תפס גנב כאשר המערכת התריעה בפניו על האירוע גניבה אמיתי היינו מצומצם למדי ומהווה אחוזים בודדים מסך כלל אירועי התפיסה "על חם".

במילים אחרות - האם ביכולתן של מערכות המיגון האלקטרוני לצמצם את הפחת ברשתות האופנה? בדיקה שנערכה על ידנו בשנים 2006 – 2009 העלתה ממצאים מעניינים:

במשך שנים רבות נהגה אחת מרשתות האופנה הפופולריות בישראל שלא למגן את מוצריה. מנתונים שאספנו התברר כי רמת הפחת ברשת גבוהה משמעותית יחסית לרשתות זהות בארץ, אשר בחרו להשתמש במערכות מיגון. החשד היה כי הפחת הגדול ברשת זו נגרם על ידי גנבות של לקוחות בשטח המכירה.

בנקודה זו חשוב לציין כי ישנם שני סוגים של גנבים: חובבנים ומקצוענים. קבוצת החובבנים מהווה כ - 80% מסך כל אירועי הגניבה, ובעלת פוטנציאל נזק כספי קטן יחסית. קבוצת המקצוענים מהווה כ - 20% מסך כל האירועים ובעלת פוטנציאל לגרימת נזק כספי גדול יחסית.

כנגד קבוצת המקצוענים המערכת אינה מהווה מכשול לביצוע הגניבה, אולם במקרים בהם עובדי החנות ממוגנים נכון את המוצרים סביר להניח כי קבוצת החובבנים תהווה אחוז נמוך מהגניבות בחנות.

מכאן שהמסקנה פשוטה למדי: **רשתות ללא מערכות מיגון מנקזות אליהן את הגנבים החובבים, שרשתות שבבעלותן מערכות מיגון הצליחו להבריח.** זאת מכיוון שמבחינת אותם גנבים, איום התפיסה בחנות שמוצריה אינם ממוגנים כמעט ואינו קיים. זאת ועוד, גם הגנבים המקצוענים יחזרו לרשתות אלו מספר רב של פעמים, וכך יגדל משמעותית הנזק הכספי.

עם מסקנות אלו פנינו להנהלת הרשת בהמלצה למגן את החנויות ובכך לצמצם משמעותית את רמת הפחת. ואכן לאחר דין ודברים סוכם על פיילוט לתקופה של 4 חודשים במספר חנויות. ביצענו ספירות מלאי לפני ואחרי והתוצעות היו מדהימות:

בתקופה הראשונה היו מספר רב של אירועי תפיסה "על חם" באמצעות מערכת המיגון בחנויות בהן בוצע הפילוט. בהמשך מספר התפיסות ירד משמעותית, דבר שמעיד על היווצרותה של הרתעה. בתום הרבעון, ולאחר ביצוע ספירות מלאי, התברר כי אחוז הפחת בחנויות הפיילוט ירד בצורה משמעותית.

בדיקה שנערכה ברבעון הבא העלתה כי רמת הפחת הנמוכה נשמרה בחנויות הפיילוט, בעוד שבחנויות האחרות באותה הרשת, בהן לא פעלה מערכת מיגון, רמת הפחת הייתה גבוהה וללא כל שינוי.

בתום תקופת הפיילוט הוחלט למגן את כל חנויות הרשת.

בבדיקות שנערכו במהלך השנתיים הבאות ניתן היה לראות צמצום משמעותי של הפחת, כאשר עיקר הצמצום נובע מההרתעה שגורמת מערכת המיגון.

לסיכום, מערכות המיגון אכן מרתיעות גנבים חובבים, ולראיה מקרה הבוחן שהוצג לעיל. רמת התפיסה "על חם" באחוזים נשארה אותו דבר ביחס לרשתות ממוגנות זהות אחרות (אחוזים בודדים). רשתות אשר אינן ממוגנות את מוצריהן הופכות לאבן שואבת לאותם גנבים חובבים שרשתות ממוגנות הצליחו להרתיע. עם זאת, כנגד גנבים מקצוענים המערכת אינה נותנת מענה, ואלה דורשים מענה מקצועי ממוקד, הבנוי על הגורם האנושי ומערכות התרעה משולבות רחבות הרבה יותר.