

AVRUPA PERAKENDE FİRE BAROMETRESİ

EYLÜL 2004

AVRUPALI PERAKENDECİLER İÇİN

FİRE VE SUÇ

MALİYETLERİNİN İNCELENMESİ

PERAKENDE SANAYİİ 4. RAPORU

GENİŞLEMİŞ BİR AVRUPA'DA FİRE

4. Avrupa Perakende Fire Barometresi (ERTB) Önsözü

ERTB'nin çıkardığı kitabın üçüncü baskısını yayımlaması, bir raporun çok satanlar listesinde olması için yeterli oldu. Avrupa'nın çeşitli yerlerindeki daha fazla bilgi isteyen perakendeci ve gazetecilerden, Profesör Bamfield'in bulgularını yayımlayana kadar hiçbirini cevaplayamayacağımız pek çok telefon ve elektronik posta alıyoruz.

ERTB'yi diğer araştırmalardan farklı kılan ise perakende hırsızlıklarının, bu duruma maruz kalan mağazaların kendileri tarafından ,ERTB'ye bildirilmiş olan raporlar içermesidir.

Bu yılki araştırmada, yeni genişleyen Avrupa'nın değişen yüzünü gözler önüne sermek için Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Slovakya, Letonya, Litvanya ve Estonia gibi orta Avrupa ülkelerinden elde edilen bulgulara yer verildi.

Küresel bir ekonomi ortamında yaşıyoruz ve perakendecilik bir ülkenin ekonomisinin vitrini konumunda bulunuyor. Bu nedenle ortaya çıkan rakamlar hem perakendecilerin çözüm arayışlarına yönelik hayati önem taşıyan bir bilgi kaynağı oluyor hem de bu yeni genişlemiş bölgedeki fireye farklı bir bakış imkanı sunuyor.

Her zaman olduğu gibi rakamlar pek çok şey anlatıyor ve bu yılki raporda da Kaynakta Koruma (perakendecilerin yüzde 57'si şuanda bir programın ilk aşamalarında yüzde 16'lık bir artışla Kaynakta Korumayı kullanıyor) yönteminin kullanımının artmasıyla birlikte son anketlerde de görüldüğü üzere genel firede yüzde 2.2'lik bir gerileme eğilimi görülmektedir.

Bu yılki raporda, şuan fireyi önleyici cihazdan daha fazlası olan fakat önümüzdeki adlandırılan on yıl içinde perakende tedarik zincirinde devrim yaratması beklenen "akıllı" teknoloji olarak Radyo Frekanslı Tanımlama (RFID) hakkında birkaç ek soru bulunuyor. Bu devrimin gerçekleşmesine birkaç yıl daha var; fakat perakendecilerin günümüzde Kaynakta Koruma ve RF/EAS teknoloji sistemlerine ve gelecekteki RFID göçü için yapılan teknoloji bloklarına yatırım yapmaları onların fireyi azaltma ve tedarik zinciri verimliliğini önemli ölçüde artırma konusunda ne kadar ciddi olduklarını göstermektedir.

RFID de dahil olmak üzere önümüzdeki yıllardaki uygulamalara bakıldığında ortaya çıkan en önemli bulgulardan biri de perakendecilerin yüzde 60'ından fazlasının, tüketicilerin teknolojiyi tanıdıkça üzerlerindeki kaygıyı atacaklarını düşünmesidir.

O halde karşımıza çıkan mesaj çok açık – RF/EAS ve Kaynakta Koruma yöntemlerinin fireye karşı verilen mücadeledeki yerleri doldurulamaz. İleriye baktığımızda görüyoruz ki FRID perakendecilerin ilgisini çekmiş durumda; fakat reklam ve promosyonlarla uğraşan kurumlar tüketicilerin hem bugünkü hem de gelecekteki alımlarını garanti altına almak için onları projelerinin her aşamasında göz önünde bulundurmaları.

Checkpoint Systems'in şuanda dördüncü yılında olan ve perakende suçlarına yönelik dünyanın en büyük araştırmacısı olan ERTB'ye tekrar sponsor olmasından dolayı çok mutluyum.

Profesör Joshua Bamfield ve Perakende Araştırmaları Merkezi (CRR)'ndeki ekibine ve bu araştırmaya katılmak için zaman ayıran 400'ü aşkın perakendeciye minnettarız.



Per Levin,
Avrupa Başkanı
Checkpoint Systems

Per Levin

ÖZET

Bu Avrupa Perakende Fire Barometresi 4. Raporu, perakende sektöründe Avrupa çapında bir suç araştırması sunmaktadır. İlk defa olmak üzere Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Slovakya, Letonya, Litvanya ve Estonya gibi Orta Avrupa ülkelerini de kapsamaktadır.

Elde edilen sonuçlar, Haziran 2004'e kadar olan 12 aylık dönemde, toplam 355 514 milyon avroluk cirosu bulunan, 23 274 perakende mağazası olan ve Avrupa perakende ticaretinin yüzde 20'sinden fazlasına sahip olan Avrupa'nın 423 büyük perakendecisi tarafından sağlanmıştır.

24 ülkedeki mağazalarda meydana gelen ortalama fire (zayıf ve suç sebebiyle ortaya çıkan stok kaybı) ciroda % 1.37'den % 1.34'e düştü, % 2.2'lik bir azalma. İlk üç anketin yapıldığı 17 Batı Avrupa ülkesi (bakınız Ek) bu orana nazaran biraz daha geride. Onların fire oranı % 1.37'den % 1.35'e düştü, yani % 1.8'lik bir azalma. Şu anda Avrupalı perakendecilerin ortalama fire oranı son dört yılın en düşük seviyesinde.

Avrupalı perakendecilerin fire rakamları 2004 yılında % 1.40 (2003)'lardan % 1.32'lere geriledi ve bu rakamlar Avrupa'nın geri kalan yerlerindeki rakamlardan o kadar da farklı değil.

2004 yılındaki stok kaybı 30 783.5 milyon avroya denk idi.

Ulusal fire oranları arasındaki sapma giderek azalıyor. Fire oranları zaten düşük olan ülkeler bu oranları biraz daha düşürürken, fire oranlarındaki en büyük düşüş yüksek fire oranlarına sahip olan ülkelerde gerçekleşti.

Toplam firenin % 48'ine denk gelen en büyük fire kaybının sebebi hırsız müşteriler olarak belirlendi (14 635 milyon avro). Personel hırsızlığı % 29'a (9 069 milyon avro) ve tedarikçi hırsızlığı da % 7'ye (2 088 milyon avroya) yükseldi. İç (sistem) hatalarda, işlemlerde başarısızlıklarda ve fiyatlandırma hatalarında bir azalma meydana geldi (firenin % 16'sı veya 4 990 milyon avro). Bu nedenle firenin geriye kalan % 84'lük kısmının da işlenen suçlarla bağlantılı olduğu düşünüldü.

Perakendeciler 2004 yılında 1051902 hırsız müşteriye ve 75 539 hırsız çalışana tutuklattı. Çalışan hırsızların sayısı yüzde 3 artmasına rağmen bu 2001 yılından bu yana meydana gelen % 21'lik bir azalmaydı. Hırsız müşteriler tarafından çalınanların ortalama tutarı 78.56 avro, hırsız çalışanlar tarafından çalınanların ortalama tutarı da 357.85 avro idi.

Perakendeler tarafından güvenlik ve kayıp önleme için yapılan harcamalar 7 207 milyon avroya yükseldi. Bu harcamaların büyük bölümü güvenlik personeline (yüzde 37 sözleşmeli çalışan ve yüzde 20'si doğrudan çalışan), yüzde 24'e varan bir artışla güvenlik teçhizatına (EAS ve CCTV dahil olmak üzere), yüzde 7 nakit tahsiline ve yüzde 7 de amortismanına yapıldı.

Müşterilerin, personelin ve tedarikçilerin işlediği suçlardan kaynaklanan 25 793 milyon avro ve 7 207 milyon avroyu bulan güvenlik masrafları ile birlikte perakende suçlarının 2004 yılındaki maliyeti yaklaşık 32 999 milyon avrodur. Perakende suçunun Avrupa'da kişi başına maliyeti yıllık

71.52 avrodur. Bu da 2003 yılı verilerine göre 75.28 olan bu rakamın artan güvenlik harcamaları, perakende suçlarını önlemeye yönelik politikalar ve personelin daha dikkatli olması sebebiyle düştüğünü gösterir.

Perakendeciler, EAS Kaynakta Koruma yöntemi sayesinde büyük bir ilerleme kaydettiklerini bildirdiler. % 24'ü 250'den fazla, % 33'ü 10 ile 250 arasında üretim hattında bu yöntemi kullanmaya başladı. Alınan yeni 9 hattı zaten bu yöntemi kullanan %16'lı kesim de Kaynakta Koruma yönteminin başlangıç aşamalarında idi.

Perakendecilerin % 9 (110-120 şirket)'u verimliliği arttırmak ve suçla mücadelede gelişme göstermek için RFID ürünlerini zaten değerlendiriyorlardı. Geriye kalanların yüzde 28'inin 2006'dan önce ve bir diğer yüzde 20'sinin de 3-5 yıl içinde bu denemelere başlaması bekleniyor.

% 16'lık bir kısım RFID uygulamasının iki yıl içinde, % 37'lik bir kısım 3-5 yıl içinde ve % 22'lik bir kısım da 6-8 yıl içinde başlamasını bekliyordu.

Perakendecilerin yüzde 64'ünün, müşterilerin teknolojiye alıştıkça kaygılarının ortadan kalkacağını düşünmesine rağmen RFID'in benimsenip benimsenmeyeceğine ilişkin son kararın alınmasında RFID konusunda müşterilerin kaygılarının önemli olduğu düşünülüyordu. Ankete katılanların yüzde 87'si perakendecilerin RFID'a yatırım kararı alırken tüketicilerin davranışlarını da göz önünde bulunduracakları kanısındalar.

RFID'a olan ciddi bağlılıktan dolayı, toplamda % 71'i bulan perakendecilerin % 28'inin 500'den fazla, yüzde 43'ünün 251-500 arası üretim hattını izletmesi bekleniyor. % 14'lük bir kısım şirketlerin 1-50 arası ve % 15'lik bir kısmın da 51-250 arasındaki üretim hattını izletmesi bekliyor.

RFID'ı benimserken göz önünde bulundurulacak bir sürü sorundan biri olan güvenlik de dahil olmak üzere, pek çok perakendeci RFID'ın işlemleri ve lojistiği etkilediğini anladı. Sadece % 4'lük bir kesim RFID konusunda karar verirken güvenliğin tek konu olacağını düşünüyor. % 34'lük bir kesim güvenlik meselesinin birkaç sorundan biri olduğunu, % 20'lik bir başka kesim güvenliğin temel sorun olduğunu ve % 15'lik bir kesim de RFID konusunda karar verirken güvenlik ihtiyaçlarının bir dereceye kadar etkili olduğunu düşünüyor. Yalnızca % 27'lik bir kesim diğer sorunları güvenlikten daha önemli olarak görüyor. Perakendeciler RFID için gerekli olduğuna inandıkları 11 ürün grubu öne sürdüler. Bu ürünler hırsızlıktan en çok nasibini alan ve çok satılan ürünlerdi. Bu ürünlerin arasında tıraş ürünleri, kozmetik ürünleri, parfümler/deodorantlar, dijital kameralar, cep telefonları, DVDler, CD'ler, oyun konsolları ve oyun yazılımları, kişisel müzik setleri, tasarım aksesuarları ve el çantaları ile deri eşyalar yer almaktadır. Vitaminler, kahve, güneş gözlüğü, güç aletleri, piller, kameralar, bilgisayar yazılımları, tekstil ürünleri ve alkollü içkiler de diğer çalınan ürünler arasında yer aldı.

Bu araştırma, sektör içi görüşmelere bir katkı olarak Checkpoint Systems Europe'tan yapılan bağımsız bir bağış ile finanse edilmiştir.

PERAKENDEDE FİRE VE 2004 YILINDAKİ YENİ ANKET

Firede Düşüş

İlk defa geçen yılın Avrupa Perakende Fire Barometresi'nde görülen olumlu fire eğilimleri, Batı Avrupa perakendecileri arasında devam etti. Fire oranı, Batı Avrupa'da %1.8'lik bir düşüşle % 1.37'den (Haziran 2003'e kadar 12 ay) % 1.34'e (Haziran 2004'e kadar 12 ay) geriledi (Tablo 1). 2003'ten önce, fire masrafları sürekli artıyordu. Fire eğilimlerinde devam eden iyileşme perakende sanayii ve tüketiciler için harika bir haber olacak.

Burada ilk defa belirtilen Avrupa Birliği'ne yeni giren devletlerde, fire oranı aynı süre içinde %5.4'lük bir düşüşle %1.40'tan %1.32'ye geriledi.

24 batı ve orta Avrupa devletinin ortalama fire oranı %1.34 olarak tahmin edilmektedir (2003'ten bu yana %2.2'lik bir düşüş). Bu oran 30 783 milyon avroya denk gelmektedir.

Mağazalardaki hırsızlık olaylarına ilgi olmadığına dair bir kanıt yok; perakendeciler, giderek artan ölçülerdeki kayıplarına hem suçlarla daha iyi mücadele ederek hem de suçları caydırarak ve önleyerek cevap verdiler. Avrupalı perakendecilerin güvenlik ve suçları önlemeye yönelik yaptıkları harcamalar 7 207 milyon avroyu bulmuş durumda. Bu da perakendecilik sanayiinin suçları ve fireyi ne kadar önemseydiğini çok iyi göstermektedir. Rekabetçi piyasalar, durgun tüketiciler ve ekonomideki belirsizliğin bütün Avrupa'da perakende kar payı üzerinde sebep olduğu baskıyla birlikte perakendeciler beceri ve kaynaklarını, stok kayıplarını en aza indirmeye odaklanmış durumdadır.

Büyük Britanya, Finlandiya ve Yunanistan en yüksek ortalama fire oranlarına sahip ülkelerken, en düşük ortalama fire oranlarına sahip ülkeler önceden olduğu gibi yine İsviçre, Avusturya ve Almanya. Ankete yeni dahil olan ülkeler, Avrupa ortalaması civarında kümelenme eğilimindedir. Üç Baltık devleti en düşük fire oranlarına sahip perakendecilerin bulunduğu ülkeler.

Fire

Fire, perakendecinin elde etmesi gereken gelire (mal stoku ve alımlara dayalı) elde ettiği gelirler arasındaki farkı yansıtan bir muhasebecilik terimidir. Fire kayıpları başlıca insanların şirketten eşya veya para çalmalarından, küçük veya büyük işlem hataları, muhasebe yanlışları, ve gözle görülür mal stoku kayıplarına yol açan fiyatlandırma hatalarından meydana gelmektedir. Mal stoku kaybının yanı sıra, açıklanan "fire" oranları da şirket politikası, muhasebe kuralları ve pratiği etkileyecek ve sonuçlardaki bazı farklılıkları açıklayacak vergi düzenlemelerinden etkilenecektir.

Tablo 1

| FİRE (Ciro itibarıyla) | 2004 | 2003 | yüzdede değişim |
|---|--------------|--------------|----------------------------------|
| Avusturya | 0,97% | 0,98% | -1.00% |
| Belçika/Lüksembourg | 1,32% | 1,32% | 0.0% |
| Danimarka | 1,31% | 1,35% | -3.0% |
| Finlandiya | 1,42% | 1,44% | -1.4% |
| Fransa | 1,40% | 1,41% | -0,7% |
| Almanya | 1,16% | 1,16% | 0,0% |
| Yunanistan | 1,41% | 1,43% | -1,4% |
| İrlanda | 1,34% | 1,35% | -0,7% |
| İtalya | 1,36% | 1,36% | 0.0% |
| Hollanda | 1,35% | 1,32% | 2,3% |
| Norveç | 1,38% | 1,42% | -2,8% |
| Portekiz | 1,41% | 1,44% | -2,1% |
| İspanya | 1,36% | 1,38% | -1,4% |
| İsveç | 1,36% | 1,37% | -0,7% |
| İsviçre | 0,89% | 0,89% | 0.0% |
| Büyük Britanya | 1,59% | 1,69% | -5,9% |
| Batı Avrupa ağırlıklı ortalaması | 1,35% | 1,37% | -1,8% |
| Çek Cumhuriyeti | 1,38% | 1,40% | -1.40% |
| Macaristan | 1,31% | 1,38% | -5.10% |
| Polonya | 1,34% | 1,42% | -5.60% |
| Slovakya | 1,30% | 1,40% | -7.10% |
| Baltık devletleri * | 1,05% | 1,21% | -13,2% |
| Orta Avrupa ağırlıklı ortalaması | 1,32% | 1,40% | -5,40% |
| Toplam | 1,34% | 1,37% | -2,20% |

(* Letonya, Estonya, Litvanya)

Fire,perakende suçları için çoğunlukla temsil olarak kullanılmasına rağmen, mağaza suçlarına benzemez. Perakendeciler tarafından yönetim-kontrol amaçları için neredeyse evrensel olarak kullanılan elverişli bir temsil biçimidir. Raporun ilerleyen bölümlerinde yaklaşık bir tahmine yer vermemize rağmen mağaza suçlarının masraflarının hesaplanması firenin hesaplanmasından daha zordur.

Perakendecilerden son tam yılları ile ilgili bilgi istenir. Burada verilen rakamlar 2004 yılının başında veya ortasında sonra eren 12 aylık ticaret dönemiyle ilgilidir.

Ankete yeni katılan ülkeler

Yeni devletlerin Avrupa Birliği'ne girmeleriyle ilgili anlaşma yedi yeni ülkeden daha perakendecilerin bu ankete dahil olmalarını sağlamıştır. Anketler Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Slovakya, ve Letonya, Litvanya ve Estonya gibi Baltık devletlerinde bulunan bir grup perakendeciye gönderildi. Üç Baltık devletinden elde edilen sonuçlar gizliliği korumak ve geçerli bir numune elde etmek için bir araya getirildi. Bu işlemde veya herhangi bir ülkenin bu ankete dahil edilmesi veya edilmemesinden hiçbir siyasi çıkarım yapılmamalıdır.

İlk üç ankette yer alan on yedi Batı Avrupa ülkesinin 390 milyon olan nüfusu ile karşılaştırıldığında bu yedi ülkenin 2002 yılındaki toplam nüfusu 71.5 milyondur.

Bu rapor boyunca, “Batı Avrupa” deyimini 17 ülkeyi temsil etmektedir: Avrupa Birliği ülkeleri ve Avrupa Perakende Fire Barometresi'nin ilk üç baskısında yer alan Norveç ve İsviçre. “Orta Avrupa” deyimini de bu ankette de yer alan Avrupa Birliği'ne yeni girmiş olan ülkeleri temsil etmektedir. Bu deyimde hiçbir siyasi mesaj bulunmamaktadır.

Orta Avrupa ülkelerinde yer alan perakendeciler, perakende sanayiinde Avrupa çapında yapılan bir fire ve suç sorunları analizine ilk defa katılmışlardır. Bu da bu anket için başka bir ilktir.

Önceki yıllarla yapacağımız karşılaştırmalarda bize yardımcı olması açısından, her sonuç tablosunda ankete katılan her ülkedeki perakendeciler için olan genel toplamın yanı sıra Batı Avrupa'daki (önceden olduğu gibi “alt toplam” esasına dayalı) perakendeciler için de genellikle bir ortalama sunulmuştur.

Anket bilgisi

Bu araştırma, dünyada perakende suçları, firesi ve güvenliği ile ilgili yapılan en büyük araştırmadır. Toplamda 420 milyon nüfuslu 24 ülkeyi kapsamaktadır. Ankete katılan ülkelerin hepsi olmasa da çoğu Avrupa Birliği üyesi veya Avrupa Birliği'ne girmek için anlaşmaya varılmış ülkelerdir.

17 Batı Avrupa (gizliliğin korunması için Lüksembourg'un sonuçları Belçika'ninkilerle birleştirilmiştir) ve 7 Orta Avrupa (gizliliğin korunması için üç tanesi “Baltık devletleri” olarak yayımlanmıştır) ülkesinde yer alan perakendeciler bu ankete katılmışlardır.

Anketler, büyük perakendeciler bünyesindeki Güvenlik Müdürlerine, Mali Yöneticilere veya Kayıp Önleme dairesinden sorumlu kişilere gönderilmiştir. Lojistik sebeplerden dolayı, perakendecilerin ankete katılan bütün ülkelerin ekonomilerindeki önemlerinin bilinmesine rağmen küçük perakendeciler ankete dahil edilmemişlerdir. Anketler, 23 274 perakende satış noktasından sorumlu ve 355 514 milyon ciro lu 423 büyük perakendeci tarafından cevaplanarak geri gönderilmiştir. Bu rakam Avrupa perakende satışlarının %20'sinden fazlasına denk gelmektedir.

Ortalamaların Avrupa için bir bütün olarak belirtildiği yerde, bu ortalamalar farklı ülkelerdeki perakende sektörlerinin boyutlarına bağlı olarak ağırlıklıdır. Ankete ilişkin daha fazla bilgiyi Ekte bulabilirsiniz.

PERAKENDE FİRESİNDEKİ EĞİMLER

Fire, Hollanda'da artmasına ve Belçika/Lüksembourg'da, Almanya'da, İtalya'da ve İsviçre'de aynı kalmasına rağmen, çoğu ülke 2004 yılındaki fire oranlarındaki düşüşlerden payını aldı. Ülkeler arasındaki fire oranları arasındaki değişkenliğin giderek azalmakta olduğuna dair kanıtlar mevcuttur. Büyük Britanya, Portekiz, Norveç gibi yüksek fire oranlarına sahip birkaç ülke yine diğer Batı Avrupa ülkelerinden daha büyük fire azalmaları elde ettiler. Ankete katılan ülkeler arasında en büyük fire oranına sahip olan Büyük Britanya, Batı Avrupa ülkeleri arasında en büyük fire azalmasına imza attı. %13.2'lik büyük azalma ile sadece Baltık devletleri, Büyük Britanya'yi geride bırakma başarısını gösterdi. Almanya, Avusturya ve İsviçre gibi en düşük fire oranlarına sahip ülkeler son yıllardaki performanslarını geliştiremediler.

Fire oranlarındaki azalma Slovakya'da %7.1'le Çek Cumhuriyeti'nde %1.4 arasında değişiklik gösterse de, ankete yeni katılan ülkeler geçen seneye kıyasla fire oranlarını %5.4 oranında düşürdüler. Buradan da anlaşılıyor ki Orta Avrupa perakendecileri arasında yüksek fire oranları konusunda endişeler mevcut; fakat bu rakamlar, bu sorunla mücadele etmek için etkili eylemlerin uygulandığını gösteriyor.

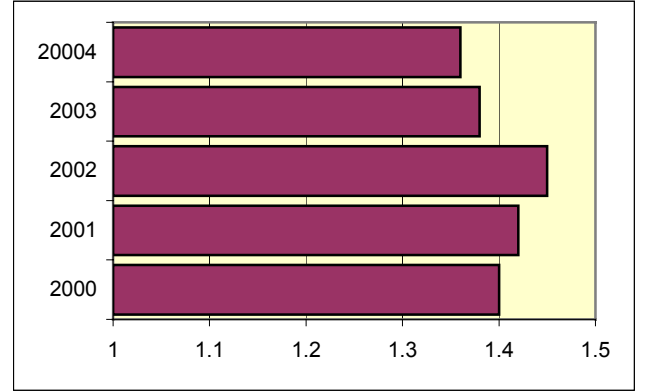
Avrupa Perakende Fire Barometresi, Batı Avrupa'daki perakendecileri 4 yıl arka arkaya ankete tabi tuttuğuna göre fire ile mücadeledeki başarılarını inceleme fırsatı bulabileceğiz. Ortalama fire oranı 2000 yılında %1.40'tan, sonrasında ortalama %1.35'düştüğü 2002 yılında %1.45'le zirveye ulaşmadan önce 2001 yılında %1.42'ye yükseldi.

Burada adı geçen ülkelerin çoğunda fire oranları düşse de, her ülkede durum önemli ölçüde farklılıklar göstermektedir. Pek çok ülkede, bazı perakendeciler fire oranını düşürmeyi başardı, bazılarının fire oranı yükseldi ve bazılarınınki de aynı kaldı. Tablo 2 bu durumun ne kadar yaygın olduğunu gösteriyor. Avrupa Perakende Fire Barometresi şirketlerin fire eğilimlerinden ne kadar farklı şekillerde etkilenebileceğini gözler önüne sermektedir. Geçen yıl, anketimize yanıt veren şirketlerin %43'ünün firesinde bir değişiklik olmadı, %31'inde fire arttı ve %26'sında da fire azaldı. Yapılan sadece bir tek şey çok nadiren firede değişikliğe sebep olur. Genelde politikalar, güvenlik harcamaları, daha iyi işlemler, bilgi teknolojileri ve güvenlik malzemelerine yapılan yatırımlar, iyi uygulama ve personelin tetikte olması gibi etkenlerin bir arada bulunması durumunda firelerde değişiklik meydana gelir. İstenen sonuca ulaşmak için bazen 1 yıldan fazla zaman gerekebilir.

Fakat eğer firedeki şuna kadar bahsettiğimiz eğilimler devam ederse, o zaman perakendeciler arasında fire sonuçları açısından hala değişken bir durum göreceğiz; fakat bu fire sonuçları Avrupa ülkeleri arasında çok daha tutarlı olacaktır.

Şekil 1

Batı Avrupa fire rakamları



Tablo 2

2004 yılında Firedeki Eğilimler

| | artış | aynı | düşüş |
|---------------------|-------|------|-------|
| Avusturya | 27% | 43% | 30% |
| Belçika/Lüksembourg | 23% | 41% | 36% |
| Danimarka | 19% | 44% | 37% |
| Finlandiya | 22% | 42% | 36% |
| Fransa | 20% | 46% | 34% |
| Almanya | 28% | 44% | 28% |
| Yunanistan | 30% | 35% | 35% |
| İrlanda | 28% | 43% | 29% |
| İtalya | 24% | 46% | 30% |
| Hollanda | 34% | 43% | 23% |
| Norveç | 26% | 39% | 35% |
| Portekiz | 28% | 38% | 34% |
| İspanya | 23% | 48% | 29% |
| İsveç | 22% | 47% | 31% |
| İsviçre | 26% | 48% | 26% |
| Büyük Britanya | 28% | 38% | 34% |
| Çek Cumhuriyeti | 40% | 32% | 28% |
| Macaristan | 32% | 45% | 23% |
| Polonya | 26% | 42% | 32% |
| Slovakya | 24% | 44% | 32% |
| Baltık Devletleri | 31% | 35% | 34% |

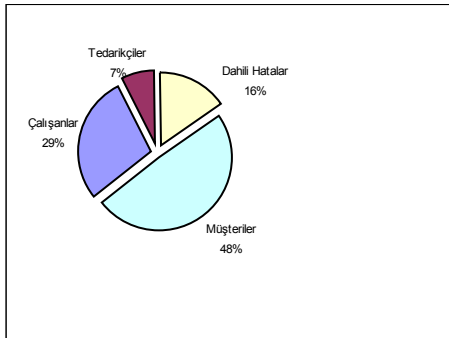
Ortalama

Tablo 3

| Ciro yüzdesi itibarıyla fire | | | |
|-------------------------------------|--------------|--------------|-------------------|
| | 2004 | 2003 | Değişiklik |
| Gıda | 1,02% | 1,04% | -1,7% |
| - Süpermarket ve Hipermarketler | 0,86% | 0,91% | -5,5% |
| - Yiyecek Uzmanları | 1,51% | 1,53% | -1,3% |
| Genel / İndirim Mağazalar | 0,77% | 0,75% | 2,7% |
| Büyük mağazalar | 1,49% | 1,53% | -2,6% |
| Giyim ve Tekstil | 1,70% | 1,72% | -1,2% |
| Elektrikli eşyalar/Video/Müzik | 1,08% | 1,10% | -1,8% |
| Donanım/DIY/Mobilya | 1,53% | 1,56% | -1,9% |
| Ayakkabı ve Deri | 0,59% | 0,60% | -1,7% |
| Diğer gıda dışı ürünler | 2,20% | 1,99% | 10,6% |
| Toplam | 1,34% | 1,37% | -2,2% |

Tablo 4

| 2004 Firelerinin Sebepleri | | |
|-----------------------------------|--------------|-----------------|
| | yüzde | milyon € |
| Müşteriler | 48,0 % | 14.635,2 |
| Çalışanlar | 29,0% | 9.069,4 |
| Tedarikçiler | 7,0% | 2.088,3 |
| İç (sistem) hatalar | 16,0% | 4.990,6 |
| Toplamlar | 100% | 30.783,5 |

Şekil 2**2004 Perakende Firesinin Sebepleri****PERAKENDE FİRESİNİN SEBEPLERİ**

Bu ankete katılan perakendecilerin yanıtları doğrultusunda ortaya çıkan dört ana sebep, Tablo 4'te yer almaktadır.

Önceki yıllarla kıyaslandığında ortaya çıkan temel farklılık, çalışanlar tarafından sebep olduğu düşünülen firenin oranındaki sürekli artıştır. Bu oran geçen sene %28 iken bu sene %29'a yükseldi. Bu çok küçük bir artış iken, 2002 yılındaki %25.8'lik oranla kıyaslandığında yine de olumsuz bir görüntü karşımıza çıkıyor. Bu durum, aşırı derecede küçük bir grup personel tarafından sebep olunan kayıpların perakendeciler tarafından daha iyi fark edildiğini gösteriyor ve 2004 yılında sona eren dönemdeki 9 069 milyon avroyu açıklıyor. Müşterilerin yaptığı hırsızlık hala hem kayıpların en büyük sebebi hem de 14 635 milyon avroya denk gelen %48'lik bir firenin de sorumlusu olarak görülüyor. Bu nedenle, Tablo 4'teki tahminler, perakende güvenlik müdürlerinin karşılaştıkları büyük sorunların sebebini algılamalarına dayanarak yapmış oldukları anlayış ve tahminlerdir.

Perakendecileri doğrudan etkilediği için tedarikçiler ve teslimat personeli tarafından gerçekleştirilen hırsızlık veya hataların, 2 088 milyon avroya denk gelen ek bir %7'lik fire kaybına sebep olduğu düşünülüyordu. Yönetim yanlışları, işlem hataları, israf, fiyatlandırma ve muhasebe sorunlarının perakendecilerin kayıplarının geriye kalan kısmını veya geçen seneye kıyasla %1'lik bir düşüşle toplamın %16'sını (4 990 milyon avro) oluşturduğu düşünülüyordu. Kısmen kayıplardaki azalmayı sağlayan ECR (Effective Couser Response) Fire Projesi gibi teşviklerle harekete geçen perakendecilerin pek çok ülkede prosedürlerini sıkılaştırmakta oldukları gayet iyi biliniyor.

Her ülke için fire sebepleri ile ilgili ek detaylar Tablo 5'te verilmiştir. Polonya'da personel hırsızlığının firedeki oranı %38 olarak tahmin edilmekte ve personel hırsızlığı Orta Avrupa ülkelerinin (Baltık Devletleri hariç) hepsinde yüksek oranlarda olmasına rağmen, Batı Avrupa ülkeleri arasında Büyük Britanya ve Norveç en yüksek personel hırsızlığı oranına sahip iki ülkedir.

Bu ankette, personel hırsızlığı oranının düşük olduğu ülkelerde yüksek oranlardaki müşteri hırsızlığı rahatlıkla görülebilmektedir. Müşteri hırsızlığı oranlarının en yüksek olduğu ülkeler Yunanistan ve İsviçre'dir. Tedarikçiler tarafından sebep olunan fire oranının en yüksek olduğu ülkeler %9'la İtalya, Portekiz ve Finlandiya iken en düşük olduğu ülkeler %4.5'le Büyük Britanya, Avusturya ve Çek Cumhuriyetidir ve bu oran önemli ölçüde farklılıklar göstermektedir.

Tablo 5

2004 Yılı Ülkelere Göre Fire Sebepleri

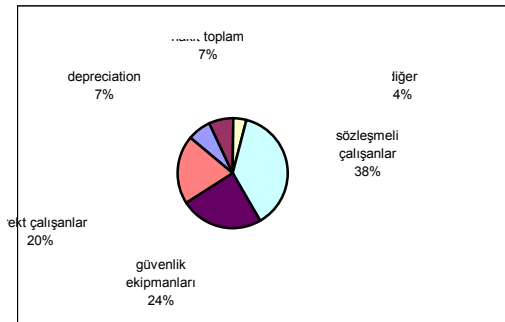
| | müşteriler | personel | tedarikçiler | iç (sistem hatalar |
|--------------------------------|-------------------|-----------------|---------------------|---------------------------|
| Avusturya | 53,0% | 24,5% | 5,0% | 17,5% |
| Belçika/Lüksem bourg | 48,5% | 27,5% | 6,0% | 18,0% |
| Danimarka | 45,5% | 32,5% | 7,0% | 15,0% |
| Finlandiya | 47,0% | 31,0% | 9,0% | 13,0% |
| Fransa | 47,0% | 29,4% | 6,5% | 17,1% |
| Almanya | 52,0% | 24,1% | 7,6% | 16,3% |
| Yunanistan | 58,0% | 17,0% | 7,0% | 18,0% |
| İrlanda | 47,2% | 29,4% | 7,6% | 15,8% |
| İtalya | 50,4% | 22,9% | 9,9% | 16,8% |
| Hollanda | 45,9% | 32,4% | 6,7% | 15,0% |
| Norveç | 44,0% | 34,0% | 6,0% | 16,0% |
| Portekiz | 53,9% | 22,4% | 9,1% | 14,6% |
| İspanya | 50,0% | 26,5% | 7,5% | 16,0% |
| İsveç | 43,0% | 29,3% | 8,9% | 18,8% |
| İsviçre | 56,3% | 21,7% | 6,5% | 15,5% |
| Büyük Britanya | 43,8% | 36,4% | 4,5% | 15,3% |
| 2004 Ortalamaları | 48,5% | 28,4% | 6,8% | 16,3% |
| (2003 Ortalamaları) | 47,8% | 28,5% | 6,5% | 16,9% |
| Çek Cumhuriyeti | 45,0% | 35,0% | 5,0% | 15,0% |
| Macaristan | 41,0% | 33,0% | 8,0% | 18,0% |
| Polonya | 40,0% | 38,0% | 7,0% | 15,0% |
| Slovakya | 42,0% | 34,0% | 8,0% | 16,0% |
| Baltık Devletleri | 47,0% | 30,0% | 7,0% | 16,0% |
| Toplamlar | 47,9% | 29,0% | 6,9% | 16,2% |
| (Ağırlıklı Ortalamalar) | | | | |

Tablo 6**2004 yılında göz altına alınan hırsızlar**

| | rakamlar | 2001 % değişiklik | çalışan değer ortalaması |
|----------------------------|----------------|-------------------------|--------------------------------|
| Müşteri hırsızlıkları | 1051902 | -22 % | € 78.56 |
| Çalışanların hırsızlıkları | 75539 | +3% | €357.85 |
| Toplam | 1127441 | -21% | |

Tablo 7**2004 yılında göz altına alınan hırsız sayısı**

| | |
|--------------------|----------------|
| Avusturya | 10979 |
| Belçika/Lüksemburg | 18985 |
| Danimarka | 13139 |
| Finlandiya | 10924 |
| Fransa | 188622 |
| Almanya | 154894 |
| Yunanistan | 2674 |
| İrlanda | 2614 |
| İtalya | 107572 |
| Hollanda | 35299 |
| Norveç | 10312 |
| Portekiz | 9720 |
| İspanya | 37271 |
| İsveç | 17310 |
| İsviçre | 10402 |
| Birleşik Krallık | 367621 |
| Çek Cumhuriyeti | 19784 |
| Macaristan | 20697 |
| Polonya | 66789 |
| Slovakya | 9702 |
| Baltık Devletleri | 12131 |
| Toplam | 1127441 |

Şekil 3**Güvenlik harcamaları 2004****PERAKENDE SUÇLARDAN TUTUKLANAN SAYISI**

2004 Haziran ayına kadar geçen on iki ay zarfında, mağazalardan hırsızlık yapmaktan dolayı bir milyondan fazla kişinin tutuklanmıştır. Tutuklanmış olan hırsız müşteri adedi, 1.051.902, çalışan hırsız sayısı ise 75 539 olup, toplam 1 127 441'dir (tablo 6). Tutuklanan hırsız müşteriler tarafından çalınmış malların ortalama tutarı 78.56 € ve personel tarafından çalınanların ise 357.85 € dur.

Perakendeciler tarafından tutuklanan hırsızların sayısı 2001 den beri % 21 azalmıştır. Bunun nedeni, çalmaya teşebbüs edenlerin sayındaki azalma olmayıp, fakat, ikili bir işlemten dolayı idi. Perakendeciler, bunu,

Polisten ve Suçla ilgili Adalet Sisteminden tam destek almanın giderek zorlaşmasında bulmaktadırlar. (III. No.lu Avrupa Perakende Suç Tablosuna bakınız). Bundan başka, perakendeciler suçları caydırmayı ve suçları engellemeyi temel alan kayıp engelleme politikalarını benimsediler: Onlardan bir çoğu, genelde çok sayıda insanları tutuklamaya odaklanmış olan politikaları azalttılar.

Yine de, Orta Avrupa perakendecileri, bu incelemede, hepsi, dikkate alınabilir miktarda hırsız tutuklamaya meyil etmişler ve Haziran 2004'e kadar 12 ay içinde 129104 kişiyi yakalamışlardır. Her ülke için rakamlar 7 numaralı tabloda verilmiştir.

Güvenlik ve zararı önleme

Perakendeciler, giderek kendi güvenliklerini artırmışlardır. 2004 den beri güvenlik için ve zararı önlemek için harcanmış olan miktar 7 207 milyon €'ya yükselmiştir. Son rapor ile karşılaştırıldığında, bu miktar, Batı Avrupa perakendecileri için 299 milyon €'lık bir artıştır. Güvenlik için perakendeciler tarafından harcanmış olan miktar zararın % 23'üne eşittir.

Güvenlik için perakendeciler tarafından harcanmış olan miktar, incelenen 24 ülkede, her kişi için kişi başına 15.62 € dur, perakendecilerin bu problemi ne kadar ciddiye aldıklarının bir göstergesi.

Güvenlik harcamalarının dökümü, 3 numaralı şekilde gösterilmiştir.

Güvenlik harcamalarının baş unsurları, ya kendi dahili veyahut da harici bir güvenlik şirketinden tutulan güvenlik elemanlarıdır. Güvenlik elemanları, geçen yılki azalmaya oranla, şimdi, güvenlik harcamalarının % 57 sini oluşturmaktadır. Güvenlik gereçlerinin harcamaları, elektronik gözetim dahil, artmış olup, şimdi, güvenlik bütçelerinin % 24'ünü oluşturmaktadır.

Ülkeler tarafından harcanan miktar 9 numaralı tabloda görülebilir.

AVRUPA'DA PERAKENDE SUÇLARININ

MALİYETLERİ

Bu bölümde, perakende suçlarının Avrupalı perakendeciler ve tüketiciler üzerindeki etkisini tahmin etmeye çalışacağız. Fire ile ilgili grafikler zaten Tablo 1’de verilmişti; fakat fire yalnızca perakende suçlarını ölçmez.

Avrupa Perakende Fire Barometresi, mağaza suçlarını perakende suçları hesaplayarak ölçer. Bu maliyetlerin içine mağazalardan çalışanlar ve güvenliğe harcananlar girmektedir. 2004 yılı grafikleri Tablo 8’de gösterilmektedir.

Müşteri suçları 14 635 milyon avroya, çalışanların işlediği suçlar 9 069 milyon avroya, tedarikçi hırsızlıkları ve dağıtım zincirinde meydana gelen kayıplar 2 088 milyon avroya ve güvenlik ve kayıp önleme masrafları da 7 207 milyon avroya mal olmaktadır.

Tablo 9, ankete katılan 24 ülkedeki suç maliyetlerinin birleşik toplamının 32 999 milyon avro olduğunu göstermektedir. Bu suç maliyeti, ilgili ülkelerdeki erkek, kadın ve çocuk başına 71.52 avroya denk gelmektedir.

Tablo 8

| 2004 Yılı İşlenen Suçlarının Toplam Maliyetleri | |
|---|----------------|
| Müşteriler tarafından işlenen suçların maliyeti | € 14635 |
| + personel tarafından işlenen suçların maliyeti | € 9069 |
| + tedarikçiler tarafından işlenen suçların maliyeti | € 2088 |
| perakende güvenliği maliyeti | € 7207 |
| SUÇUN TOPLAM MALİYETİ = | € 32999 |

Tablo 9

| 2004 Yılı İşlenen Suçlarının Maliyeti | | | | |
|---------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| | suç bağlantılı fire milyon € | güvenlik harcaması milyon € | işlenen suçların maliyeti milyon € | kişi başı maliyet € /yıl |
| Avusturya | 361 | 134 | 495 | 61.09 |
| Belçika/Lüksemb | 904 | 248 | 1152 | 107.85 |
| Danimarka | 457 | 139 | 596 | 112.85 |
| Finlandiya | 468 | 126 | 594 | 114.78 |
| Fransa | 4712 | 1340 | 6052 | 101.62 |
| Almanya | 4488 | 1373 | 5861 | 70.58 |
| Yunanistan | 309 | 97 | 406 | 38.15 |
| İrlanda | 238 | 70 | 308 | 84.94 |
| İtalya | 2357 | 625 | 2982 | 51.85 |
| Hollanda | 840 | 266 | 1106 | 69.18 |
| Norveç | 469 | 152 | 621 | 137.79 |
| Portekiz | 181 | 50 | 231 | 22.94 |
| İspanya | 1535 | 488 | 2023 | 50.52 |
| İsveç | 637 | 177 | 814 | 91.68 |
| İsviçre | 443 | 194 | 637 | 88.07 |
| Büyük Britanya | 5370 | 1185 | 6555 | 109.91 |
| Alt Toplam | 23769 | 6664 | 30433 | 78.04 |
| Çek Cumh. | 360 | 95 | 455 | 44.20 |
| Macaristan | 235 | 75 | 310 | 30.61 |
| Polonya | 1171 | 300 | 1471 | 38.31 |
| Slovakya | 144 | 37 | 181 | 33.35 |
| Baltık Devlet. | 113 | 36 | 149 | 20.44 |
| Alt Toplam | 2024 | 543 | 2566 | 35.91 |
| Toplamlar | 25792 | 7207 | 32999 | 71.52 |

ELEKTRONİK ÜRÜN GÖZETLEME VE RADYO FREKANSI TANIMLAMA CİHAZLARI

Anket, perakendecilerin fire ve işlenen suçlardan dolayı ugradıkları kayıplarla ilgili soruların yanı sıra malların elektronik izlenmesine ilişkin politikaları ve kaydedilen ilerlemeleri de sorguladı.

Elektronik Ürün Gözetleme etiketleri, eşyaların deaktive edilmeden sökülmeden mağazadan çıkarılmaları durumunda öten küçük cihazlardır. Bu cihazlar perakendecilikte çok yaygındır ve şuanda da çoğunlukla güvenlik amaçlı olarak kullanılmaktadırlar.

Radyo frekansı tanımlama cihazları; stok kontrolü, güvenlik, satış, lojistik ve diğer fonksiyonlar için kullanılabilen belirli miktarda veriyi saklayan fişlerdir. Çoğu perakendeci, bu ürünleri nasıl kullanacaklarını öğrenmenin oldukça başındadır.

ELEKTRONİK ÜRÜN GÖZETLEME (EAS)

Geçtiğimiz son birkaç yılda, Elektronik Ürün Gözetleme etiketlerinin malların mağazaya ulaşmadan önce mallara takılması ile ilgili uygulama olan Kaynakta Korumanın perakendeciler için sağladığı fırsatlara artan bir ilgi görmek mümkün.

2002 yılındaki 2. Avrupa Perakende Fire Barometresi, Kaynakta Koruma yönteminin uygulandığı hatların sayısında 12 ayda %221'lik bir artış olduğu tahmininde bulunmuştu. Haziran 2004'e kadar durum önemli ölçüde değişmişti.

- EAS kullanan perakendecilerin %24'ü 250'den fazla ürün hattında Kaynakta Koruma yöntemini kullanmaya başladı ve aldıkları mal stokunun da %70'i zaten bu şekilde idi.
- EAS kullanan perakendecilerin %33'ü 10 ile 250 arasındaki hatlarında Kaynakta Koruma yöntemini kullanmaya başladı.
- Kaynakta Koruma yöntemini kullanan 9 hatlarıyla %16'sı Kaynakta Koruma yönteminin henüz başlangıç aşamalarında idi.
- EAS kullanan perakendecilerin %27'si mallarında Kaynakta Koruma yöntemini kullanmıyordu.

EAS kullanan perakendecilerin %57'si aldığı malların önemli bir bölümünü zaten Kaynakta Koruma yöntemi kullanılmış olarak alıyordu ve %16'lık diğer bir grup da bu yöntemin başlangıç aşamalarında idi.

RFID; RADYO FREKANSI TANIMLAMA CİHAZLARI İÇİN YAPILAN PLANLAR

Radyo frekansı tanımlama cihazlarının (RFID) kullanımı perakendeciler arasında giderek daha büyük bir tartışma konusu oluyor. Bu cihazlar, mal stokları hakkında şirketlere önemli bilgiler veren, çok farklı yararlar sağlayan ve EPOS kadar önemli olan (hatta daha önemli olan) cihazlar olarak görülmektedirler.

Araştırmada perakendecilere “Şirketiniz şimdi veya gelecekte RFID (“Akıllı Etiketler” veya “Zeki Etiketler”) kullanmayı planlıyor mu?” diye soruldu. Perakendecilerin hiçbiri RFID’i şu aşamada kullandığını söylemedi fakat %9’u değerlendirme denemeleri yapmaktaydı. Bu oran da araştırmada 38 şirkete karşılık geliyor ve belki de bu, Avrupa’da 110-120 arasında perakendecinin azami derecede denemeler yaptığı anlamına geliyor. Ortaya çıkan bu sonuç, Avrupa’da (Haziran 2004) 100 civarında büyük RFID projesi olduğunu ortaya koyan GartnerG2 araştırmasıyla paralellik taşıyor.

Perakendecilerin %28’i denemelere şundan itibaren 1-2 yıl içinde (2006’dan önce) ve diğer bir %20’lik kesim de 3-5 yıl içinde başlamayı planlıyor. Yani ankete katılan perakendecilerin %48’i denemelere yakın gelecekte başlayacaklar. Şuanda RFID’i kullanmak gibi bir niyeti olmayan %43’lük bir perakendeci grubu da vardı. Ankete katılan şirketler içinden daha büyük olanlar genelde RFID’i değerlendirme eğilimi olan şirketlerdi. En büyük 100 perakendeci içinden %15’i RFID’i zaten denemekte olduğunu, %37’si denemelere 1-2 yıl içinde başlayacaklarını ve sadece %15’i şuanda öyle bir planları olmadığını belirtti.

RFID’I UYGULAMA PLANLARI

RFID’in denemelerin tam tersine perakendecinin ürün yelpazesinin önemli bir bölümünde uygulanmasının, perakendecilerin %16’sı tarafından 1-2 yıl içinde gerçekleştirilmesinin mümkün olduğu savunuldu.

Perakendecilerin %37’si uygulamanın 3-5 yıl içinde gerçekleşeceğini ve bir diğer %22’lik bölümün de bunun gerçekleşmesinin 6-8 yılı bulabileceğini düşünüyor olması, çoğunluğun bunun daha uzun sürebileceğini düşündüğünü göstermektedir. Sadece %25’lik bir kesim bu uygulamanın bu dönem boyunca hayata geçirilemeyeceğini düşünüyor.

Bu sonuçlardan çıkarılacak şudur ki 2006 yılına kadar RFID’in uygulanmasında bir ilerleme kaydedilecektir ve perakendecilerin %53’ü de 2009 yılına kadar RFID’i mal stoklarının önemli bir bölümünde kullanmada ilerleme kaydetmiş olmayı umuyorlar.

RFID'YE TÜKETİCİNİN TEPKİSİ

Anket, perakendecilerin tüketicilerde yeni RFID teknolojisinin kullanımına ilişkin oluşabilecek endişelere karşı tetikte olduklarını gösterdi. Tablo 12 perakendecilerin üçte ikisinin müşterilerin RFID'a ilişkin endişelerinin "bilinmeyenden korkma" durumundan kaynaklandığını ve bu endişelerin de RFID'ı daha çok kullanmaları veya RFID hakkında daha çok bilgi sahibi olmalarıyla aşılabileceğine inandığına işaret etmektedir.

Anket; RFID hakkında bir karar verirken, müdürlerin, şirketlerinin RFID'yi benimseyip benimsememe konusunda karar verirken tüketici tepkilerini de değerlendirmenin bir parçası olarak gördüklerini göstermiştir (Tablo 13). Günümüzde artık alışıldık teknoloji haline gelen barkod tarayıcısı ve EPoS gibi ürünler de dahil bütün yeni teknolojilerin benimsenmesinde bu süreç normal kabul edilmektedir. Perakendecilerin yalnızca %13'ü tüketici tepkisinin önemsiz olduğunu düşünmektedir.

Perakendecilerin %34'ü tüketici tepkilerinin oldukça önemli olduğunu düşünürken bir başka %32'lik grup da tüketici tepkilerinin biraz önemli olabileceğini düşünmektedir. Yani yaklaşık perakendecilerin %66'sı son karar verme sürecinde tüketici tepkilerinin de en azından göz önünde bulundurulacağına inanmaktadır. %9'luk bir diğer grup perakendeci de tüketici tepkilerinin kararı belirleyen en önemli faktör olduğuna inanırken, %12'lik bir başka kesim de tüketici tepkilerinin benimseme kararında çok etkili olacağına inanmaktadır.

RFID KARARININ ALINMASINDA GÜVENLİK UNSURU

RFID kararının alınmasında güvenliğin net rolü hakkında pek çok tartışma yaşandı. RFID'nin suç ve diğer fire kayıplarını azaltmada büyük yararlar sağladığı iddia edilse de, bazı uzmanlar güvenlik alanının RFID'ın uygulanabileceği en başlıca yerlerden biri olacağını düşünüyorlar. Bu görüşler de anket tarafından onaylanmış gibi görünüyor (Tablo 14). Ankete katılanların %27'si güvenlik dışındaki konuların RFID kararı verilirken güvenlikten çok daha önemli olduğunu düşünürken, sadece %4'ü RFID konusunda karar verirken güvenliğin göz önünde bulundurulacak tek konu olduğunu düşünüyordu.

Tablo 10

| RFID Kullanım Planları | |
|---|-----|
| Şuanda devam eden değerlendirme denemeler | %9 |
| Denemelerin 1-2 yıl içinde başlaması bekleniyor | %28 |
| Denemelerin 3-5 yıl içinde başlaması bekleniyor | %20 |
| Şuanda böyle bir planımız yok | %43 |

Tablo 11

| RFID'ın Uygulanması Planları | |
|------------------------------|-----|
| RFID uygulaması 1-2 yıl | %16 |
| RFID uygulaması 3-5 yıl | %37 |
| RFID uygulaması 6-8 yıl | %22 |
| Şuanda böyle bir planım yok | %25 |

Tablo 12

| Tüketici endişeleri teknoloji hakkında daha çok bilgi sahibi olunca ortadan kalkacak mı? | |
|--|-----|
| Evet | %64 |
| Hayır | %22 |
| Bilmiyorum | %14 |

Tablo 13

| RFID'ın benimsenmesinde tüketici tepkisi ne kadar önemli olacak? | |
|--|-----|
| Önemli değil | %13 |
| Biraz önemli | %32 |
| Oldukça önemli | %34 |
| Çok önemli | %12 |
| En önemli faktör | %9 |

Tablo 14

| RFID konusunda son kararın verilmesinde güvenlik konuları ne kadar önemli olacak? | |
|---|-----|
| Diğer konular daha önemli | %27 |
| RFID hakkında karar verirken güvenlik bir dereceye kadar önemlidir | %15 |
| Karar vermede güvenlik konusu | %34 |
| RFID konusunda karar verirken güvenlik, temel bir konudur | %20 |
| RFID konusunda karar verirken güvenlik, temel bir konudur | %4 |

Tablo 15

| Şirketinizin kaç üretim hattını RFID ile izlemesini RFID üretim hatlarının sayısı bekliyorsunuz? | |
|---|-----|
| 1-50..... | %14 |
| 51-250..... | %15 |
| 251-500..... | %43 |
| >500..... | %28 |

Tablo 16

| RFID izlemesi için en uygun üretim hatları | |
|---|-----------------------------|
| En sık bahsedilenler | Diğer üretim hatları |
| Tıraş ürünleri | Kameralar |
| Dijital fotoğraf makineleri | DVD çalarlar |
| DVDler | Laptoplar |
| Kozmetik ürünleri | Bilgisayar bileşenleri |
| El çantaları ve | Yüksek fiyatlı oyuncaklar |
| deri eşyalar ve kemerler | Bilgisayar yazılımı |
| Parfümler/deodorantlar | Piller |
| Cep telefonları | Değeri yüksek tasarım |
| Tasarımcı aksesuarları | ve bayan giyimi |
| Oyun konsolları ve | Saatler |
| yazılımları | |
| Kişisel müzik setleri | Güneş gözlüğü |
| Müzik CD'leri | Vitaminler |
| | Zayıflama ürünleri |
| | Kahve |
| | Kravatlar |
| | Spor markaları |
| | Güç aletleri |
| | Kilitler |
| | Alkollü içkiler |
| | Ayakkabılar |
| | Tekstil ürünleri |
| | Filmler |

Soruyla ilgili genel kanıyı en iyi veren görüş %34'le "Güvenlik, RFID kararının alınmasında rol oynayan birkaç konudan sadece biridir" görüşüydü. Bunun yanı sıra %20'lik bir bölüm güvenliğin temel bir konu olduğunu, %15'lik bir bölüm de güvenliğin bir dereceye kadar önemli olduğunu savunuyordu. Bu nedenle çoğu insan, RFID hakkında karar verirken güvenlik gereksinimlerinin de göz önünde bulundurulacağını düşünüyordu. Kilit farklılıklar ise güvenliğin temel bir konu olarak mı yoksa sıradan bir konu olarak mı kabul edileceği idi.

RFID ÜRETİM HATLARININ BEKLENEN SAYISI

Tablo 15, RFID ile birlikte beklenen uygulamanın ölçüsüne ilişkin soruyu yanıtlamaktadır. 500'den fazla hattın izlenmesinin beklendiği %28'lik oranın da dahil olduğu %71'lik oranda 250'den fazla üretim hattının izlenmesi bekleniyor. %14'ünün 50'den daha az ve %15'inin de 51 ile 250 arası üretim hattını izletmesi bekleniyor. Beklentiler farklılık gösteriyor. İzlenecek hatların sayısı hem farklı stratejileri, farklı türde perakendecileri ve farklı sorunları hem de beklenen kazanç oranındaki farklılıkları yansıtıyor. Bir bağlılık eksikliği de anlatmaya çalışmıyor.

HANGİ ÜRETİM HATLARI RFID İLE İZLENMELİ

Perakendecilerden ayrıca RFID izlemesi için en uygun üretim hatlarını isimlendirmelerini istedik. Seçilen maddeler, neredeyse en çok çalınan ürünleri işleyen Avrupa Perakende Fire Barometresi'nin önceki baskılarında yayımlanan listeyi yansıtıyorlardı. Fakat düşük maliyetli ürünler üzerindeki RFID izlemelerinin mali durumunu ayarlamak daha zor, bu nedenle yapılan öneriler daha çok daha maliyetli çalınan ürünler üzerine. RFID izlemesi için en sık bahsi geçen ürünler; çok satan küçük elektronik aletler, cep telefonları, DVD'ler, kozmetik ürünleri, parfümler/deodorantlar, aksesuarlar, el çantaları, cüzdanlar ve kemerler gibi deri eşyalar, ve iyi tanınmış tıraş ürünleridir.

Listelenen diğer ürünler de hırsızlıktan nasibini aldı; fakat daha az mağazada satılıyorlardı. Bu mallar kahve ve vitaminden tasarımcı eşyalarını, bayan giyimini, DVD çalarları, saatleri ve kameraları içermekteydi.

ANKET METOTLARI

AMAÇLAR

Avrupa Perakende Fire Barometresi'nin amacı, bütün Avrupa'daki perakendeciler tarafından yaşanan fire ve suç dayalı kayıpların boyutunu öğrenmek ve şirketler tarafından benimsenen güvenlik politikaları ve kayıplar ölçüsündeki eğilimleri ortaya çıkarmak. Bu araştırma, sektör içi görüşmelere bir katkı olarak Checkpoint Systems Europe'tan yapılan bağımsız bir bağış ile finanse edilmiştir.

ANKETLER

Anket, doldurulmak üzere Avrupa'daki 1650 büyük perakendecinin mali yöneticilerine ve kayıp önleme müdürlerine gönderildi. Ankette, sıkıntı yaşadıkları fire seviyelerinden (satış yüzdeleri olarak) RFID'a karşı olan tavırlarına kadar her şeyi soran 24 soru vardır. Anket Fransızca, İngilizce, Almanca, İspanyolca ve İtalyanca dillerinde hazırlanmıştır.

İLETİŞİM AYRINTILARI

Şirketlerin isimleri ve adresleri, ticari listeler kombinasyonundan ve merkezin Büyük Britanya ve Avrupalı perakendecilerden oluşan kendi bilgi bankasından çekildi.

ÜLKEYE VE TÜRE GÖRE TEMSİLCİ KESİM

Son birleşik listede, bütün perakendecilik işi çeşitleri içinden çekilen 24 Avrupa ülkesindeki büyük perakendeciler yer almaktaydı. Her ülkedeki perakendeciye gönderilen anketlerin sayısı, büyük oranda o ülkede perakende sanayiinin önemliyle orantılı idi. Her ülkedeki sektörün temsilci kesiminden cevapları teşvik etmek için küçük ülkelere 25-45 arasında anket gönderildi. uluslararası ve sınırların ötesine geçen perakendeciliğin büyümesi, ankete katılan bazı şirketlerin birden fazla ülke hakkında bilgi vermesi anlamına geliyordu. Ticari gizliliği korumak amacıyla Lüksembourg'un sonuçları Belçika'nın sonuçları ile; Letonya, Litvanya ve Estonya'nın sonuçları da "Baltık devletleri" adı altında birleştirildi. Bu işlemden veya herhangi bir ülkenin bu ankete katılması veya katılmamasından dolayı hiçbir siyasi çıkarımda bulunulmamalıdır.

YANIT

İnternet üzerinde yapılan geri dönüşleri de sayarsak toplam 423 kullanılabilir yanıt aldık. %26, 2003'le kıyaslandığında bir azalma olsa da böyle bir çalışma için oldukça tatmin edici bir yanıt oranıdır. Her ülkedeki perakendeciler tarafından yapılan geri dönüşlerin sayısı ve ankete yanıt veren bu perakendecilerin toplu ölçümü ilgili Tablo' da görülebilir.

VERİLERİ KARŞILAŞTIRMAK

9 çeşit iş alanından biri perakendecilere tahsis edildi. "cevap yok" (bir soruya hiçbir cevap verilmemiş) ve "0" arasındaki farkın ayrımı yapıldı. "0" sayıldı; ama "cevap yok" sayılmadı. Veriler tutarlıydı (maddi hata yüzünden hiçbir cevabın sayılmamasına gerek kalmadı); fakat aynı ülkedeki perakendeciler arasında önemli farklılıklar olduğu ortaya çıktı.

SONUÇLARI HESAPLAMAK

Bu çeşit bir ankette karşımıza çıkabilecek bir tehlike de küçük ve temsili olmayan sayıdaki yanıtların ortalamayı etkileyebilecek olmasıdır – ya bir "eğilimi" abartmak ya da bir sorunu en aza indirmek. Böyle bir durumu önlemek için basit aritmetik ortalama kullanmadık, daha ziyade her yanıt ankete katılan şirketin ciroyuyla ağırlıklandırdık. Bu nedenle Almanya'nın fire sonucu, rapor veren şirketlerin ortalama firelerinin basit bir toplamı değildir, daha ziyade her bir sonuç, firesi 500 milyon € olan bir şirketin firesi 100 milyon € olan bir şirketten 5 kat daha fazla olarak hesaplanması için ağırlıklandırılmıştır.

ÜLKE AĞIRLIKLARI

Benzer şekilde, ülkeler arasında toplam sonucu etkileyen yanıt oranlarındaki farklılıkları önlemek için her ülkenin perakendecilerinin sonuçları o ülkenin toplam perakende satışları oranında ağırlıklandırılmıştır.