

MÜŞTERİLERİN MAĞAZALARA BİLEREK VERDİĞİ ZARARLAR

Doç.Dr.Fatma DEMİRCİ OREL
Çukurova Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
fdorel@cu.edu.tr
www.fatmaorel.net

Perakendecilik sektörü, hırsızlık suçunun zarar verdiği önemli sektörlerden biri. Her ne kadar büyük bir süpermarkette bir kutu meyve suyu veya bir paket peçetenin çalınması çok önemli bir suç olarak görülmeseydi de, rakamlar perakendeci işletmeler açısından aynı şeyi söylemiyor. Örneğin, İngiliz Perakende Bildirisi'nin suç araştırmalarına göre; perakende sektöründe yaşanan hırsızlıkların, İngiltere'de bu sektöre toplam maliyetinin her yıl ortalama 2.24 milyar euro olduğu, ABD'de 2001 yılında sektördeki toplam firenin 31.3 milyar dolar olduğu ve bunun da yüzde 80'ninin müşteri ve personel hırsızlıklarından kaynaklandığı gerçeği göz ardı edilemeyecek kadar büyük bir öneme sahip. Türkiye'de alışveriş merkezlerinin sayılarının da artmasıyla hırsızlık artış gösteriyor. 2004 yılından bu yana mağaza hırsızlıklarının oranı yüzde 300 artarken, cirolardaki payı da yüzde 2'lere yaklaşmıştır. Hırsızlıkların yüzde 45'i personel, yüzde 35'i ise müşteriler tarafından yapılıyor.

Yapılan araştırmalara göre, müşteri hırsızlıklarının yüzde 60'ını 18 yaş üstündekiler yapıyor. En çok rastlanan hırsız profilini, genelde gelir ve eğitim düzeyi düşük, 30-35 yaş arası erkekler oluşturmaktadır. Ancak, gelir düzeyi çok yüksek olduğu halde *kleptomani* yüzünden çalanlara da rastlanmaktadır. En çok çalınan ürünler arasında, DVD, CD, pil, pahalı kremler, alkollü içecekler, sigara, ayakkabı ve elektronik eşyalar var. Süper ve hipermarketlerde en çok unlu mamüller ve süt ürünleri çalınırken, departmanlı mağazalarda pahalı deri ürünler, ayakkabılar, kişisel bakım ürünleri çalınmaktadır. Türkiye'deki araştırmalar, en çok hırsızlığın hafta sonları ve salı günleri yapıldığını ortaya koymuştur. En güvenli günler ise, sebebi bilinmemekle birlikte pazartesi ve çarşambadır.

Ne Gibi Önlemler Alınabilir?

Müşteri hırsızlıklarına karşı mağazalarda alınabilecek çeşitli önlemler var. Ancak, bu noktada perakendecinin hassas olması gerekiyor. Çünkü, mağaza içerisinde alınan önlemler yüzünden müşteriler alışveriş yapmakta zorlanabilir. Aksi durumda da perakendeciler önemli miktarlarda paralar kaybedebilirler. Alınacak önlemler; mağazanın hırsızlığı teşvik etmeyecek şekilde tasarlanması, müşteri hırsızlıklarına karşı personelin eğitilmesi ve teknolojiyen yararlanarak özel güvenlik önlemleri almak olarak sayılabilir.

Güvenli teşhirler oluşturulması ilk adımdır. Örneğin, kolaylıkla çalınabilecek küçük ama pahalı ürünlerin girişe yakın yerlere yerleştirilmemesi ve kilitli tutulması gerekir. Hazır giyim satan mağazalarda giyinme kabinlerinin giriş-çıkışları, mağaza içinde çalışanlar tarafından görülebilir olmalıdır.

Mağaza çalışanları eğitilerek müşteri hırsızlıklarına karşı etkin bir şekilde kullanılabilirler. Çalışanlardan müşteri hırsızlıklarına karşı dikkatli olması beklenir. Mağaza çalışanlarına yapılabilecek öneriler şunlardır;

- (1) Tüm hırsızların kötü giyindiğini düşünmeyin.

- (2) Aylakça dolaşanları fark edin.
- (3) Mağazaya grup halinde gelenlere dikkat edin.
- (4) Bol kıyafetlerle dolaşan kişilere dikkat edin.
- (5) Spor çantaları, sırt çantaları, abartılı büyüklükteki el çantaları ve boş torbaları olan müşterilere dikkat edin.
- (6) Kişilerin gözlerini ellerini ve vücutlarını izleyin.
- (7) Olağan dışı davranışlar gösterenlere kuşkuyla yaklaşın.
- (8) Personele ait arka bölümlere girmeye çalışan müşterilere dikkat edin.
- (9) Kasa işlemleri sırasında kutu ile satılan ürünleri mutlaka kutunun içinden çıkararak doğru ürün olup olmadığına bakın.
- (10) İade işlemleri sırasında fiş veya makbuzlar üzerinde bir oynama olup olmadığını kontrol edin.

Perakendeciler, mağaza hırsızlığına karşı **mekanik ve teknoloji destekli güvenlik önlemlerinden** yararlanabilirler. Bu önlemlerden bazıları; kapalı devre televizyon kameraları müşteri kişisel çeki onay kontrol sistemleri, kilitler, zincirler, meçhul müşteriler, gözetleme aynaları, hırsızları psikolojik olarak caydıran kapalı devre televizyon kameralarının taklitleri, ürüne zarar veren mürekkep/boya etiketleri, mağaza içinde daha geniş bir alanı gözlemlemeyi sağlayan dışbükey aynalar vb.

Ancak, bu önlemler alınırken düzenlemelerin müşterileri rahatsız etmeyecek tarzda olması gerekir. Aksi halde, mağazaya gelen her müşteriye potansiyel suçlu muamelesi yapılmış izlenimi verilebilir. Örneğin, kapalı devre televizyon kameralarına sahip mağazalarda, müşteriler giysileri denerken izleniyor olma endişesini taşıyabilirler. Yine üzerinde alarmlar olan giysilerin denenmesi bazen çok güç olabilmektedir.

Müşteri hırsızlığına karşı kullanılan en yeni güvenlik teknolojilerinden bazıları şunlardır: Ürün veya ürün ambalajının içine bakıldığı zaman görülemeyen ataş büyüklüğündeki **Elektronik Etiketler**, bir tür alarm sistemi olan **Elektronik İzleme Sistemleri Etiketleri**, Manyetik Kapı Detektörleri, kablosuz olarak üzerindeki bilgiyi ve bulunduğu yeri merkeze iletebilen ve akıllı etiketler olarak nitelendirilen **Radyo Frekanslı Kimlik Etiketleri (RFID)**, alışveriş sepetine bağlı dokunmatik bir ekran, bir barkod okuyucusu ve bir kart okuyucusunu içerisinde barındıran **Alışveriş Arkadaşı (Shopping Buddy)**, müşterilerin manav reyonundan aldıkları ürünleri kendi başlarına tartıp barkodlarını basabildikleri **Özel Teraziler (Special Scale)**, müşterilerin bir defaya mahsus olmak üzere parmak izlerini ve banka kartı bilgilerini verdikleri ve sonraki alışverişlerinde kasaya geldiklerinde ödeme yapmak için parmak izini ekrana okuttukları **Dokunarak Öde (Pay by Touch)** sistemi, **Self-checkout** denilen kasiyersiz kasalar vb gibi.

Elbette, teknoloji, tek başına müşteri hırsızlıklarını ortadan kaldırmaz. Ancak, mağaza hırsızlıklarına karşı kullanılan bu teknolojilerden yararlanan mağazalarda daha az ürün kayıpları yaşanacaktır.

Yararlanılan Kaynaklar:

- Ömer Baybars Tek ve Fatma Demirci Orel, *Perakende Pazarlama Yönetimi*, Birleşik Matbaacılık, Ekim 2006, İzmir.
- Milliyet, “En Çok Hırsızlık Salı Günü ve Hafta Sonu”, (3 Ekim 2004).
- Referans, “Alışveriş Merkezlerinde Cironun Yüzde 2’sini Hırsızlar Alıyor”, (17 Mart 2007)
- M.ŞahinPulur,Perakendecilikte Teknoloji,
www.ba.metu.edu.tr/~manclub/yayinlar/glokal/index.htm, (Alınma Tarihi:20.03.2007).