



การป้องกันสินค้าสูญหาย: แนวทางสู่กำไรของธุรกิจค้าปลีก

Merchandise Loss Prevention: The Retail Profitability Guide

จิรารัตน์ จันทวิธาน
leejanjira@yahoo.co.th
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

บทคัดย่อ

ความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกต่างๆ ไม่ได้สำคัญอยู่เพียงแค่การหารายได้จากการขายสินค้าและหรือบริการให้ได้เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้เท่านั้น หากธุรกิจไม่สามารถควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูงเกินกว่ารายได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ นำไปสู่ความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ประเด็นหลักที่พึงระวังคือ “การสูญหายของสินค้าในธุรกิจค้าปลีก” ซึ่งมีสาเหตุมาจาก 4 ประเด็น คือ 1) เกิดจากการขโมยสินค้าโดยบุคคลภายนอกร้านค้า 2) เกิดจากการขโมยสินค้าโดยบุคคลภายในร้านค้า 3) เกิดจากผู้ขายหรือคู่ค้า และ 4) ความผิดพลาดต่างๆ ภายในร้านค้า ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดอัตราการสูญหายมากที่สุดมาจากการขโมยสินค้าโดยลูกค้าและการทุจริตของบุคลากรภายในร้านค้า รวมถึงข้อผิดพลาดจากการบริหารจัดการภายใน ส่วนปัจจัยที่ก่อให้เกิดการสูญหายของสินค้าในร้านค้าปลีกประกอบด้วย 1) ความต้องการสินค้าของบุคคลภายนอกร้านค้า ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน และพนักงานส่งสินค้า เป็นต้น ตลอดจนความต้องการสินค้าของพนักงานภายในร้านค้า ซึ่งนำสินค้าออกไปจากร้านค้าโดยไม่มีการจ่ายชำระค่าสินค้า หรือการขโมยสินค้านั่นเอง 2) โอกาสสำหรับผู้คิดจะกระทำการทุจริตโดยการขโมยสินค้าภายในร้านค้าปลีก 3) มาตรการในการลงโทษผู้กระทำการทุจริตสินค้าและความสม่ำเสมอในการใช้มาตรการในการป้องกันการสูญหายของสินค้าสำหรับร้านค้าปลีกซึ่งเป็นที่ยอมรับและใช้กันอย่างกว้างขวาง อาจแบ่งออกได้เป็น 4 วิธี คือ 1) การวางแผนร้านค้า ซึ่งประกอบด้วย การออกแบบร้านค้า การจัดผังร้านค้า และการจัดเรียงสินค้า 2) การใช้พนักงานหรือบุคลากรที่ดีในการกำกับดูแลและจับกุมผู้ขโมยสินค้า ได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัย ผู้ตรวจสอบภายใน 3) การใช้อุปกรณ์และเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อช่วยในการป้องกันการสูญหายของสินค้าได้มากขึ้น ได้แก่ การติดตั้งกระจกภายในร้านค้าปลีก การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด โดยอุปกรณ์ต่างๆ จะมีวัตถุประสงค์ในการป้องกันก่อนที่จะเกิดการสูญหายของสินค้าหรือการเสียหายของทรัพย์สินสำหรับธุรกิจค้าปลีกเพื่อเป็นแนวทางในการช่วยป้องกันความเสียหายและค่าใช้จ่ายที่นอกเหนือความคาดหมายลงได้ และ 4) มาตรการและแนวทางการปฏิบัติงาน เมื่อความสูญเสียและค่าใช้จ่ายของธุรกิจค้าปลีกลดลง กำไรก็จะเพิ่มขึ้นจนนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้

Abstract

The success of a retail business arises not only from excess revenues generated from sales of goods and services, but also from cost and expense control. The main issue to concern is the “loss of goods in retail business” resulting from the following factors: shoplifting, theft conducted by internal staff; vendor or supplier collusion; and in-store errors. In this case, the most prevalent factors of such a loss are shoplifting, personnel fraud, and internal management errors. Furthermore, the factors leading to loss of in-store goods include, 1) theft conducted by external parties (customers, employees, vendors) and employees; 2) shoplifting; 3) punishment rules & regulations, and prompt and consistent action. The widely-used theft-prevention approaches are: 1) shop planning (store design, layout, and product display); 2) using honest staff (security guard, auditors) to supervise loss control and in-store theft; 3) using electronic equipments (mirror, closed-circuit TV); and 4) action and operational procedure for loss prevention. In this case, when loss and costs of retail business go down, its profits will increase.



บทนำ

มาตรการหรือวิธีการป้องกันการสูญหายของสินค้าหรือการเสียหายของทรัพย์สิน (Loss Prevention or Asset Protection) ในร้านค้าปลีก ไม่ว่าจะเป็นเกิดจากบุคคลภายนอกหรือบุคลากรภายในร้านค้าปลีก ทำให้เกิดผลกระทบต่อผลประโยชน์ของร้านค้าปลีกเป็นอย่างมากและยากที่จะหลีกเลี่ยงหากผู้บริหารหรือผู้ประกอบการร้านค้าปลีกยังคงละเลย ไม่ใส่ใจอย่างจริงจังต่อเรื่องดังกล่าว ถึงแม้ว่าธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย จะเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีอัตราการเจริญเติบโตค่อนข้างสูงอย่างต่อเนื่อง แต่ก็พบว่ามูลค่าของสินค้าสูญหายในร้านค้าปลีกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน โดยตัวเลขการสูญหายของสินค้าในร้านค้าปลีกได้ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในร้านค้าปลีกในสัดส่วนสูงถึงประมาณร้อยละ 3 ของยอดขายในร้านค้าปลีก (พรชัย พัทธกิจเจริญวงศ์, ม.ป.ป.) ดังนั้นการกำหนดแนวทางหรือวิธีการในการป้องกันการสูญหายของสินค้า จึงเป็นเรื่องที่ไม่ขึ้นอยู่กับยุคสมัย แต่ในทางตรงข้าม ธุรกิจต้องพัฒนาหาแนวทางป้องกันเพื่อการรู้เท่าทันผู้ที่จ้องจะกระทำการทุจริตอย่างมีระบบซึ่งจะช่วยให้กำไรของธุรกิจเพิ่มขึ้นได้อย่างแน่นอน

จากรายงานการสำรวจอัตราการขโมยสินค้าในร้านค้าปลีกทั่วโลก “Global Retail Theft Barometer 2011” หรือ “GRTB 2011” ฉบับที่ 5 (Centre for Retail Research, n.d.) โดยได้รับทุนสนับสนุนจาก Checkpoint Systems เป็นประจำทุกปีและได้รับการยอมรับว่าเป็นการสำรวจที่ครอบคลุมและครบถ้วนมากที่สุดในโลกเกี่ยวกับการขโมยสินค้าและอาชญากรรมในธุรกิจค้าปลีก โดยการสำรวจครั้งล่าสุดได้ตรวจติดตามมูลค่าของสินค้าสูญหายในอุตสาหกรรมค้าปลีกทั่วโลกระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2553 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 จำนวน 42 ประเทศ ใน 5 ทวีป พบว่าอัตราสินค้าสูญหายทั่วโลกเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า คือร้อยละ 6.6 หรือคิดเป็นมูลค่าถึง 3.65 ล้านล้านบาทเลยทีเดียว ดังแสดงในตารางที่ 1

ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งมีการสำรวจอุตสาหกรรมค้าปลีกใน 10 ตลาด ประกอบด้วย ออสเตรเลีย จีน ฮองกง อินเดีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน และไทย พบว่า ประเทศอินเดียมีมูลค่าความเสียหายในธุรกิจค้าปลีกสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.38 ของยอดขาย ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงมูลค่าความเสียหายในธุรกิจค้าปลีกทั่วโลก (กรกฎาคม พ.ศ. 2553 - มิถุนายน พ.ศ. 2554)

ทวีป	มูลค่าความเสียหาย (พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	มูลค่าความเสียหาย ปีพ.ศ. 2553 (ร้อยละของยอดขาย)	มูลค่าความเสียหาย ปี พ.ศ. 2554 (ร้อยละของยอดขาย)	ร้อยละของมูลค่าความเสียหาย เปรียบเทียบระหว่าง ปี พ.ศ. 2553 -2554
ยุโรป	\$48.615	1.39	1.29	+7.8
อเมริกาเหนือ	\$45.321	1.58	1.49	+6.0
เอเชีย-แปซิฟิก	\$18.288	1.22	1.21	+0.8
อเมริกาใต้	\$6.053	1.67	1.60	+4.4
แอฟริกา	\$0.815	1.71	1.62	+5.6
รวมทั้งสิ้น	\$119.092	1.45	1.36	+6.6

ที่มา: ดัดแปลงจาก Central for Retail Research (n.d.)

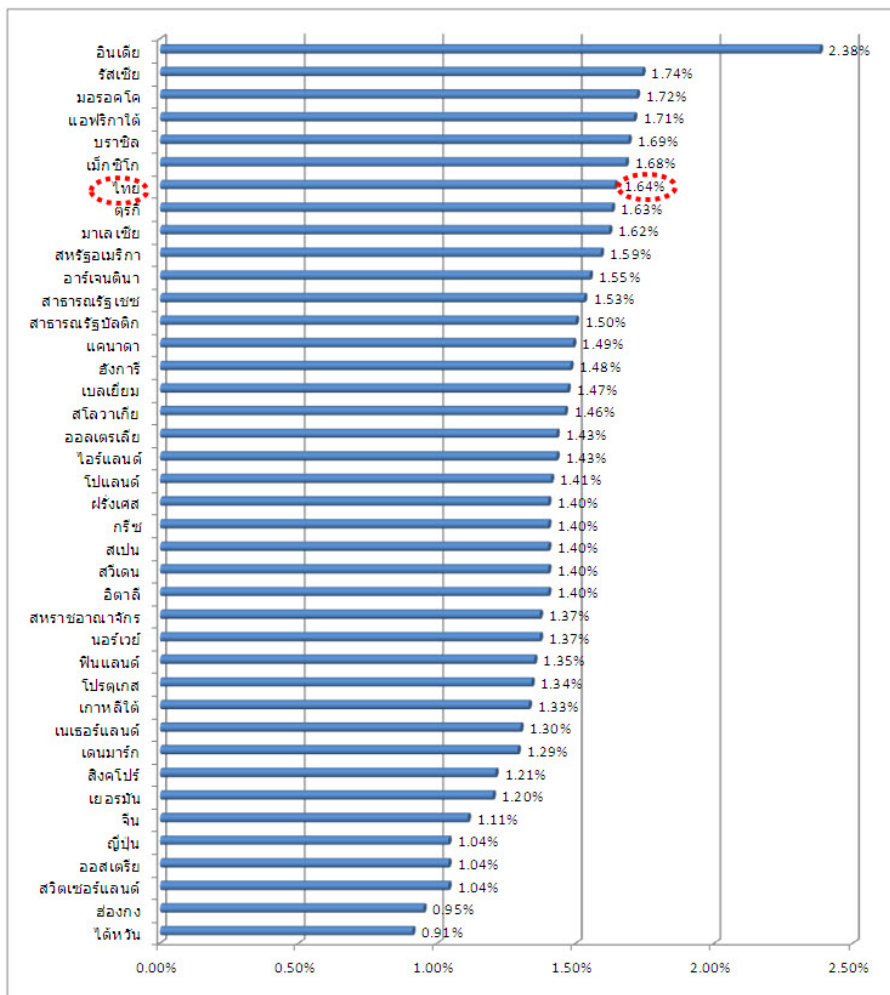
สำหรับประเทศไทยมีสัดส่วนความเสียหาย ร้อยละ 1.64 ของยอดขาย หรือมีมูลค่าความเสียหายทั้งหมด 32,250 ล้านบาท โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นอัตราสูงสุดอันดับสองของประเทศในเอเชียแปซิฟิกติดต่อกันมาเป็นปีที่ 5 นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 และสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาคซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 1.22 ของยอดขาย

นอกจากนี้ ยังพบว่าจากมูลค่าของสินค้าถูกขโมยทั้งหมด ปรากฏว่ามูลค่าเฉลี่ยของสินค้าที่ถูกขโมยโดยพนักงานในแต่ละกรณีที่ถูกจับกุมได้จะมากกว่าการขโมยโดยลูกค้าประมาณ 5 เท่าของมูลค่าเฉลี่ยของสินค้าที่ถูกขโมยโดยลูกค้าในแต่ละกรณีซึ่งมักเป็นพวกลักเล็กขโมยน้อย โดยจะมีมูลค่าเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 75.70 เหรียญสหรัฐฯ หรือ 2,325 บาท แต่ในขณะที่มูลค่าเฉลี่ยของสินค้าที่ถูกขโมยโดยพนักงานในแต่ละครั้งคือ 347 เหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 10,657 บาท ทั้งยังพบอีกด้วยว่าธุรกิจค้าปลีกทั่วโลกมีนโยบายในการใช้จ่าย

สำหรับการติดตั้งอุปกรณ์เพื่อป้องกันและลดการสูญหายของสินค้าค่อนข้างน้อย โดยธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่มักจะมุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการขายสินค้าและหรือรายได้จากการบริการเป็นหลัก โดยมองปัญหาการสูญหายของสินค้าในธุรกิจของตนเองว่าเป็นอัตราส่วนที่ต่ำและยอมรับได้หากเปรียบเทียบกับยอดขายของธุรกิจ ทั้งๆ ที่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรตระหนักและให้ความสำคัญกับตัวเลขการเพิ่มขึ้นของสินค้าสูญหายอย่างจริงจังมากยิ่งขึ้น

สำหรับร้านค้าปลีกของไทยมีการใช้จ่ายในการติดตั้งอุปกรณ์เพื่อป้องกันและลดการสูญหายของสินค้าเพียงร้อยละ 0.13 ของยอดขาย นับว่าเป็นประเทศที่มีการลงทุนด้านมาตรการเหล่านี้ต่ำที่สุดในเอเชียแปซิฟิกหากเปรียบเทียบกับอัตราส่วนของรายได้ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบผกผันกันเป็นอย่างมากหรือเป็นไปได้ในทิศทางตรงกันข้ามกับปัญหาที่เกิดขึ้น จึงเป็นเหตุให้เกิดการสูญหายของสินค้าเป็นอันดับที่เจ็ดของโลกและเป็นอันดับสองของประเทศในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกนั่นเอง

ภาพที่ 1 อัตราความเสียหายในธุรกิจค้าปลีกต่อยอดขายในแต่ละประเทศ ปี ค.ศ. 2011

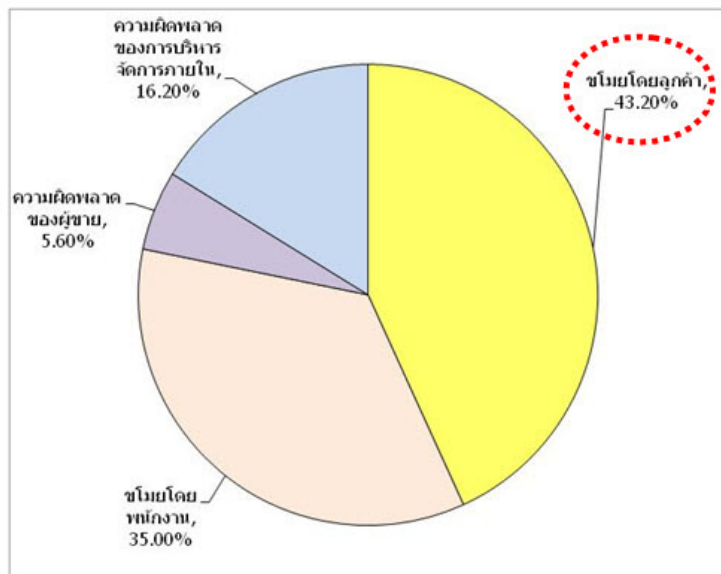


ที่มา: ดัดแปลงจาก Centre for Retail Research (n.d.)

สาเหตุของสินค้าสูญหายในธุรกิจค้าปลีก

จากมูลค่าความเสียหายในวงการค้าปลีก ปี ค.ศ. 2011 รวม 119,092 พันล้านเหรียญสหรัฐ รายงานการสำรวจสาเหตุการสูญหายของสินค้าในร้านค้าปลีกทั่วโลกในปี ค.ศ. 2011 พบว่า การขโมยสินค้าโดยลูกค้าเป็นสาเหตุใหญ่ที่สุด คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 43.2 ของทั้งหมด โดยหากเปรียบเทียบกับปี ค.ศ. 2010 ซึ่งมีมูลค่าสินค้าที่ถูกขโมย โดยลูกค้าจำนวน 45.4 ล้านเหรียญสหรัฐ ปรากฏว่ามีอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 13.4 รองลงมาคือ การขโมยโดยพนักงานคิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนข้อผิดพลาดที่เกิดจากการบริหารจัดการภายในคิดเป็นร้อยละ 16.2 ในขณะที่การฉ้อโกงโดยผู้ขายหรือคู่ค้าคิดเป็นร้อยละ 5.6 ดังแสดงในภาพที่ 2

ภาพที่ 2 สาเหตุของการเกิดสินค้าสูญหายในธุรกิจค้าปลีกทั่วโลก



ที่มา: ดัดแปลงจาก Centre for Retail Research (n.d.)

สินค้าที่มีอัตราเสี่ยงต่อการสูญหายสูง

รายงานฉบับดังกล่าวยังรายงานถึงหมวดสินค้าที่มีความเสี่ยงต่อการถูกขโมยเพื่อนำไปบริโภคสูงสุด ได้แก่ หมวดเนยแข็ง หมวดเนื้อสัตว์ หมวดลูกอม / อาหารเข้า / ช็อคโกแลต หมวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ / สุรา หมวดเนื้อปรุงสุกราคาแพง หมวดอาหารทะเล / ปลาคุณภาพสูง และหมวดสินค้าตามฤดูกาล ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 อัตราสูญหายเฉลี่ยของสินค้าอุปโภคบริโภคกลุ่มต่างๆ ที่มีความเสี่ยงต่อการสูญหายสูง

อัตราสูญหายเฉลี่ยของสินค้าอุปโภคบริโภคกลุ่มต่างๆ ที่มีความเสี่ยงต่อการสูญหายสูง					
หมวดสินค้า	ทั่วโลก	อเมริกาเหนือ	ละตินอเมริกา	เอเชีย-แปซิฟิก	ยุโรป
หมวดเนยแข็ง	3.09%	2.76%	2.96%	1.39%	3.90%
หมวดเนื้อสัตว์	2.79%	3.60%	3.80%	1.83%	2.35%
หมวดลูกอม/ผลิตภัณฑ์อาหารเข้า/ช็อคโกแลต	2.78%	3.60%	2.99%	1.74%	2.45%
หมวดเนื้อสัตว์	2.74%	2.86%	3.20%	1.65%	2.94%
หมวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์/สุรา	2.47%	2.95%	2.85%	1.84%	2.25%
หมวดอาหารทะเลคุณภาพสูง/ปลา	2.46%	2.26%	2.31%	2.21%	2.70%
หมวดอาหารเด็กอ่อน	2.33%	3.10%	3.20%	1.36%	1.95%
หมวดสินค้าตามฤดูกาล	2.02%	1.97%	2.58%	1.18%	2.27%

ที่มา: ดัดแปลงจาก Centre for Retail Research (n.d.)



สำหรับประเทศในแถบภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จะพบว่าหมวดสินค้าที่มีความเสี่ยงต่อการสูญหายสูงและมีอัตราการสูญหายสูง มักจะเป็นสินค้าที่มีขนาดเล็กแต่มีราคาค่อนข้างแพง ได้แก่ สินค้าในหมวดเครื่องสำอาง เช่น ลิปสติก ผลิตภัณฑ์โกนหนวด น้ำหอม นอกจากนั้นหมวดสินค้าอื่นๆ ที่มีการขโมยค่อนข้างสูงได้แก่ หมวดสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม หมวดเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย หมวดเครื่องประดับ หมวดวิดีโอ/เพลง/เกม และ หมวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์/สุรา โดยสินค้าที่ถูกขโมยมากที่สุดในประเทศไทยคือ เครื่องสำอาง รองลงมาเป็นสินค้าเพื่อความงาม สุขภาพ และบำรุงผิว สังเกตได้ว่าจะเป็นสินค้าที่พุ่มเพอียและเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง เนื่องจากสามารถจำหน่ายต่อได้ง่ายหรืออาจนำไปใช้เอง (พรชัย พิทักษ์เจริญวงศ์, ม.ป.ป.)

ดังนั้น หากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกซึ่งจำหน่ายสินค้าที่มีความเสี่ยงต่อการสูญหาย ควรตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องการจัดหามาตรการและวิธีการต่างๆ ในการป้องกันเพื่อลดปัญหาจากการถูกขโมยสินค้าภายในร้าน ดังคำกล่าวที่ว่า การป้องกันย่อมดีกว่าการแก้ไขนั่นเอง

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการสูญหายของสินค้าในธุรกิจค้าปลีก

การคิดที่จะกระทำการทุจริตต่อทรัพย์สินหรือสินค้าย่อมต้องมีปัจจัยที่ส่งเสริมหรือสนับสนุนให้บุคคลที่คิดจะทุจริตมีโอกาส และสามารถกระทำการได้ ปัจจัยต่างๆ ดังกล่าว ได้แก่

1. ความต้องการ (Needs)

หากกล่าวถึงความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) ซึ่งเชื่อว่ามนุษย์เป็น "สัตว์ที่มีความต้องการ (Wanting animal)" และเป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจในสิ่งอื่นๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งมีความต้องการได้รับสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ Maslow กล่าวว่าความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิดและความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนาหรือลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (The Need-Hierarchy Conception of Human Motivation) ตั้งแต่ความต้องการขั้นพื้นฐานไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ (Research History, 2012)

ด้วยเหตุที่ความต้องการของมนุษย์ไม่มีสิ้นสุด ความต้องการจึงเป็นปัจจัยแรกๆ ที่ก่อให้เกิดความคิดในการกระทำทุจริต ไม่ว่าจะเป็นความต้องการที่เกิดจากความโลภหรือจากเหตุจำเป็นสุดวิสัยใดๆ ก็ตาม ล้วนแล้วแต่เป็นมูลเหตุของความ

ต้องการได้ทั้งสิ้น เช่น เล่นการพนัน ดิยาเสพติด การใช้ย่ายเกินฐานะของตนเอง ความโลภ ในกรณีเช่นนี้ผู้ประกอบการอาจต้องวางมาตรการในการเฝ้าระวังและคอยตรวจสอบความผิดปกติต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ แต่ในบางครั้ง การกระทำทุจริตของพนักงานอาจเกิดเพราะความไม่พอใจในสวัสดิการของนายจ้าง หรือวิธีการบริหารงานของหัวหน้างานที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าได้รับความยุติธรรม เช่น การจ่ายค่าล่วงเวลา การขึ้นเงินเดือนหรือเลื่อนตำแหน่ง ดังนั้นหากผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกคำนึงถึงประเด็นต่างๆ อย่างละเอียดและรอบด้าน และมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติที่สามารถทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ก็อาจจะเป็นแนวทางหนึ่งในการช่วยลดความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความเสียหายของธุรกิจลงได้

2. โอกาส (Chance)

หากบุคคลที่คิดกระทำการทุจริตใดๆ ไม่มีโอกาส บุคคลเหล่านั้นก็ไม่สามารถลงมือกระทำการทุจริตได้ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจึงควรให้ความสำคัญในการหาวิธีการที่จะลดหรือปิดโอกาสที่เป็นช่องทางให้ทำการทุจริตได้ ธุรกิจจะประสบความเสียหายน้อยลง โดยมีแนวทางที่น่าสนใจและนิยมปฏิบัติกันโดยทั่วไป เช่น การออกแบบผังร้านค้าไม่ให้มีมุมอับ การสุ่มตรวจปริมาณสินค้าคงเหลือ การตรวจตัวพนักงานทั้งขาเข้า-ขาออก บริเวณคลังสินค้าหรือพื้นที่ขายสินค้า การกำหนดช่องจ่ายชำระค่าสินค้าของพนักงาน ซึ่งจะเป็นสิ่งที่จะช่วยให้เกิดการควบคุมได้รัดกุมมากขึ้น อีกทั้งสามารถสร้างความหวาดหวั่นและยากต่อการลงมือกระทำการทุจริตได้ระดับหนึ่ง

3. มาตรการลงโทษ (Action)

ร้านค้าปลีกต้องมีการกำหนดมาตรการลงโทษผู้กระทำการทุจริตต่อทรัพย์สินหรือสินค้าอย่างเหมาะสมและต้องเคร่งครัดในการใช้มาตรการลงโทษต่างๆ หากร้านค้าปลีกละเลยหรือไม่ความเข้มงวดในการใช้มาตรการลงโทษที่เหมาะสม ทำให้ผู้ที่คิดจะกระทำการทุจริตต่อทรัพย์สินหรือสินค้า ไม่เกิดความยำเกรงหรือเกิดความเข็ดหลาบ ส่งผลต่อการสูญหายของสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้นด้วย

ลักษณะของปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าในธุรกิจค้าปลีก

ลักษณะของปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสียหายสำหรับธุรกิจค้าปลีกออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ปัญหาจากบุคคลภายนอกและปัญหาจากบุคลากรภายในร้านค้า ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาที่เกิดจากบุคคลภายนอกร้านค้า (External Theft)

ได้แก่ ปัญหาที่เกิดจากการกระทำทุจริตหรือขโมยสินค้า



โดยลูกค้า แก๊งมิจฉาชีพ ผู้ขาย ผู้ส่งสินค้า ซึ่งมีวิธีการก่อให้เกิดความเสียหายแก่ร้านค้าปลีกในลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- การรับประทานสินค้าโดยไม่ชำระเงินค่าสินค้า
- การขโมยสินค้าโดยซุกซ่อนตามร่างกายหรือกระเป๋า
- การเปลี่ยนสลับป้ายราคาหรือบาร์โค้ดของสินค้าก่อนนำไปชำระเงิน

- การสับเปลี่ยนสินค้า โดยทิ้งของเก่าไว้และนำของใหม่ออกไป เช่น รองเท้า

- การนำสินค้าที่มีขนาดเล็กใส่ไว้ในบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่มีขนาดใหญ่กว่า

- การซุกซ่อนหรือสวมใส่สินค้าภายในห้องลองสินค้า (Fitting Room)

- การสร้างสถานการณ์และขโมยสินค้าเมื่อมีโอกาส
- การอาศัยช่องโหว่ของธุรกิจ เช่น นโยบายการคืนสินค้าต่างราคาสินค้าในกรณีที่พบว่ามีการค้าปลีกรายอื่นมีการจำหน่ายสินค้านั้นในราคาที่ถูกกว่า โดยลูกค้าจะใช้วิธีการซื้อสินค้าจากร้านค้าทั้งสองแห่ง จากนั้นจึงนำสินค้าและใบเสร็จรับเงินมาทำการขอเงินส่วนต่างคืน

- การชำระด้วยเงินปลอม หรือบัตรเครดิตปลอม
- การขโมยเป็นทีม หรือเป็นขบวนการซึ่งมีการวางแผนมาอย่างดี

- การโจรกรรมทรัพย์สินหรือสินค้าด้วยอาวุธ
- การส่งมอบสินค้าไม่ครบถ้วนตามขนาดบรรจุที่กำหนดไว้ในบรรจุภัณฑ์

- การส่งมอบสินค้าไม่ครบถ้วนโดยอาศัยเทคนิคในการจัดเรียงสินค้า

2. ปัญหาที่เกิดจากบุคลากรภายใน (Internal Theft)

การทุจริตหรือสร้างความเสียหายให้แก่ร้านค้าที่เกิดจากพนักงานหรือบุคลากรภายในร้านค้า โดยอาจเป็นพนักงานประจำ พนักงานชั่วคราว พนักงานแนะนำสินค้าจากผู้ขาย ผู้บริหาร ซึ่งมีวิธีการในการก่อให้เกิดความเสียหายแก่ร้านค้าปลีกในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- การซุกซ่อนสินค้าไว้ตามร่างกาย กระเป๋าหรือถุงขยะ
- การขโมยสินค้าเพื่อใช้หรือรับประทาน
- การขายโดยแบบไม่บันทึกเข้าเครื่องและไม่ออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้า

- การขโมยเงินสดโดยการ VOID เครื่องของพนักงานแคชเชียร์

- การให้ญาติหรือเพื่อนฝูงจ่ายเงินค่าสินค้าเพียงบางรายการ

- การขายสินค้าในราคาต่ำกว่าราคาจริง
- การขายสินค้าในจำนวนที่ต่ำกว่าจำนวนจริง
- การเปลี่ยนสลับสินค้าราคาแพงกับราคาที่ถูกกว่า เพื่อนำออกโดยการจ่ายค่าสินค้าในราคาสินค้าที่ถูกกว่า

- มิจฉาชีพสมัครเข้าทำงานในตำแหน่งพนักงานรับชำระเงิน
- การนำสินค้าใส่รวมกับขยะที่จะนำไปทิ้งภายนอกร้านก่อนเลิกงานแล้วกลับมาเก็บหรือนัดหมายให้ผู้ร่วมกระทำการทุจริตมาหยิบถุงที่ใส่สินค้าไป

วิธีการต่าง ๆ ที่กล่าวมา ย่อมทำให้เกิดความสูญเสียต่อผลประกอบการของร้านค้าปลีกที่ลดลง โดยกว่าจะตรวจพบก็มักสูญหายไปเป็นจำนวนมากแล้ว

การป้องกันการสูญหายของสินค้าในธุรกิจค้าปลีก

การป้องกันการสูญหายของสินค้าในธุรกิจค้าปลีกโดยทั่วไปมีมากมายหลายวิธี ตั้งแต่การใช้นุ้คการ การใช้หลักจิตวิทยา ตลอดจนการจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยวิธีที่เป็นที่นิยมและใช้กันอย่างกว้างขวาง สามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ

1. การวางแผนร้านค้า (Store Planning)

การวางแผนร้านค้าปลีกเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญก่อนเปิดกิจการ เนื่องจากส่งผลทั้งต่อภาพลักษณ์ของร้าน การดึงดูดและสร้างความสนใจให้แก่ผู้พบเห็น ซึ่งการออกแบบร้านค้าไม่เพียงช่วยให้ร้านค้าดูดีสวยงามชวนให้ลูกค้าเดินเข้าไปเลือกซื้อสินค้าเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยในการลดความเสี่ยงจากการถูกขโมยสินค้าได้อีกด้วย การวางแผนร้านค้า ประกอบด้วยประเด็นที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1.1 การออกแบบร้านค้า (Store Design)

การออกแบบร้านค้าปลีกเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ เช่น การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ เพราะนอกจากช่วยให้เกิดความสวยงามแล้วยังเป็นการลดโอกาสในการสูญหายของสินค้าจากการทุจริตสินค้าได้อีกด้วย โดยทั่วไปร้านค้าปลีกมักจะออกแบบผนังโดยรอบร้านด้วยการใช้กระจกใส ซึ่งมีประโยชน์ทั้งในเรื่องแสงสว่าง ทั้งยังช่วยลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลงได้ในเวลากลางวันเนื่องจากแสงสว่างเพียงพอ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้คนที่เดินผ่านไปมาสามารถมองเห็นผู้คนและสินค้าภายในร้านได้ชัดเจน

การออกแบบร้านค้าปลีกในลักษณะนี้ จะช่วยลดโอกาสของลูกค้าที่คิดจะกระทำความผิดด้วยการขโมยสินค้าเพราะเกรงว่าจะมีลูกค้าคนอื่นมองเห็น จึงเป็นหนทางหนึ่งในการป้องกันและลดความเสียหายจากการขโมยสินค้าของลูกค้าได้อีกด้วย กล่าวได้



ว่าหลักในการออกแบบร้านที่ดีจะช่วยให้เกิดการใช้จ่ายเงินลงทุนอย่างคุ้มค่า ดังคำสุภาษิตที่ว่า “ยิ่งเป็นนัดเดียวได้นกถึงสองตัว”

ส่วนประกอบในการออกแบบร้านค้าปลีก ได้แก่ การออกแบบตัวอาคารและส่วนต่างๆ ของอาคาร ทั้งนี้ในการออกแบบตัวอาคารผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงวัสดุที่จะใช้ในส่วนต่างๆ ของอาคาร เช่น กระจุก ไม้ ฯลฯ ตลอดจนส่วนประกอบของการออกแบบ เช่น สี แสงสว่าง ฯลฯ สำหรับด้านหน้าและสภาพภายนอกร้าน เกี่ยวข้องกับบริเวณตั้งแต่ทางเข้าร้าน (Customer Entrances) หน้าต่างแสดงสินค้าหน้าร้าน (Show Window / Window Display) สภาพภายในร้านค้า โครงสร้างภายใน ได้แก่ พื้น ฝ้าผนัง เพดาน อุปกรณ์ต่างๆ ภายในร้าน (Store Fixtures & Equipment) และแสงสว่างภายในร้าน (เคียวรอน เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

1.2 การจัดผังร้านค้า (Store Layout)

การจัดผังร้านเป็นการกำหนดขอบเขตและการจัดวางอุปกรณ์ เครื่องมือ ตลอดจนการจัดวางสินค้าในร้านโดยแบ่งสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ การวางผังร้านด้านนอกจากเป็นการอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าแล้ว ยังเป็นการช่วยป้องกันการสูญหายของสินค้าสำหรับร้านค้าปลีกได้อีกด้วย เพราะการจัดผังร้านค้าที่ดีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานในการควบคุมดูแลภายในร้านค้าและลดโอกาสสำหรับลูกค้าที่คิดจะขโมยสินค้าลงได้ โดยอาจสรุปแนวทางในการวางผังร้านเพื่อป้องกันการสูญหายของสินค้า ดังนี้คือ

- กำหนดให้มีประตูเข้า-ออกเพียงจุดเดียว เพื่อช่วยต่อการควบคุมดูแลของพนักงาน
- กำหนดตำแหน่งของเคาน์เตอร์แคชเชียร์ติดกับประตูเข้า-ออกของร้าน เพื่อความสะดวกของลูกค้าและช่วยให้พนักงานสามารถมองเห็นลูกค้าทั้งเข้า-ออกได้อย่างชัดเจน เป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานในการควบคุมดูแลและลดโอกาสที่สินค้าจะสูญหายลงได้
- ควรจัดเรียงชั้นวางสินค้าในลักษณะตั้งฉากกับเคาน์เตอร์แคชเชียร์และควรวางตามแนวขนานของร้าน เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถมองเห็นความเคลื่อนไหวภายในร้านได้ง่ายขึ้น โดยการจัดเรียงชั้นวางตามแนวขวางของร้าน จะทำให้ชั้นวางสินค้าแถวแรกบดบังทัศนวิสัยภายในร้านและยากต่อการควบคุมดูแลของพนักงาน
- กำหนดระดับความสูงของชั้นวางสินค้าให้ต่ำกว่าระดับสายตา เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถมองเห็นลูกค้าภายในร้านได้อย่างชัดเจนและทั่วถึง โดยมีการกำหนดความสูงของชั้นวางสินค้าในระดับที่ไม่สูงจนเกินไป ซึ่งเป็นการลดโอกาสสำหรับลูกค้าที่คิดจะขโมยสินค้าได้อีกทางหนึ่ง

การจัดวางผังร้านและการออกแบบชั้นวางตามทีกล่าวมาข้างต้น อาจเป็นเพียงวิธีการหนึ่งที่ช่วยป้องกันหรือลดโอกาสในการทุจริตสินค้า โดยมุ่งเน้นในกรณีที่เกิดจากลูกค้าหรือบุคคลภายนอกเป็นหลัก แต่อาจไม่ได้ผลร้อยเปอร์เซ็นต์ จึงต้องหาวิธีการอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อการป้องกันที่รัดกุมและทั่วถึงยิ่งขึ้น อันจะส่งผลให้ร้านค้าปลีกมีโอกาสในการจับกุมผู้กระทำผิด หรือลดความสูญเสียจากการขโมยสินค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.3 การจัดเรียงสินค้า (Store Display)

สินค้าในร้านค้าปลีกที่มีราคาแพงหรือสินค้าที่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูงในการถูกขโมย ได้แก่ สุรา เครื่องสำอางราคาแพง นมผง อาหารเสริมจำพวก ซุปไก่สกัด รังนก เป็นต้น ร้านค้าปลีกมักนิยมจัดไว้ในพื้นที่เฉพาะหรือพื้นที่พิเศษ (Special Area for Sensitive Items) เพื่อป้องกันการสูญหายจากการขโมยของลูกค้า ร้านค้าปลีกมักจะนำสินค้าเหล่านี้ไปจัดเรียงในบริเวณชั้นวางด้านหลังเคาน์เตอร์แคชเชียร์ หรือไม่ก็จัดเรียงในตู้กระจกที่สามารถล็อกกุญแจได้ โดยมักจะมีการติดป้ายระบุข้อความบอกลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้า ว่า “กรุณาเรียกพนักงาน หากต้องการสินค้า” แต่ร้านค้าปลีกก็อาจจะใช้วิธีการนำกล่องเปล่าของสินค้ามาจัดเรียงเพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบว่ามีสินค้าดังกล่าววางจำหน่ายในแผนกนั้นๆ หรือในร้านค้าปลีกนั้นๆ ถ้าหากลูกค้ามีความสนใจในตัวสินค้าหรือต้องการซื้อสินค้านั้นๆ ก็จะต้องเรียกหาพนักงานเช่นเดียวกัน ซึ่งมักจะใช้กับสินค้าหมวดเครื่องสำอางและสุราต่างประเทศ เป็นต้น แต่อาจส่งผลต่อการเสียโอกาสในการขายเนื่องจากลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงข้อดีและข้อเสียที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้า โดยอาจเลือกใช้วิธีการอื่นๆ ในการป้องกันการสูญหายของสินค้าควบคู่กันไปก็ได้

2. การใช้พนักงานหรือบุคลากร (Employee)

หากร้านค้าปลีกมีพนักงานหรือบุคลากรที่ดี ย่อมส่งผลให้ความเสียหายที่เกิดจากปัญหาจากบุคคลภายในร้านค้านั้นมีไม่มากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับปัญหาที่เกิดจากบุคคลภายนอก แต่ในบางครั้งความจำเป็นในการวางมาตรการโดยการกำหนดตัวบุคลากรที่มีหน้าที่ในการควบคุมกำกับดูแล และจับกุมผู้กระทำผิดอาจทำให้ธุรกิจต้องเกิดค่าใช้จ่ายในส่วนการจ้างพนักงานเพิ่มขึ้น โดยอาจมีการจ้างเป็นพนักงานประจำบางส่วนและจ้างหน่วยงานหรือบุคคลภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

2.1 พนักงานรักษาความปลอดภัย (Uniform Guard)

การใช้พนักงานรักษาความปลอดภัยค่อนข้างจะเป็นที่นิยมกันโดยทั่วไปในประเทศไทย ทั้งนี้ อาจด้วยค่าแรงงานที่ค่อนข้างถูกเมื่อเทียบกับการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย แต่การใช้พนักงานรักษาความปลอดภัยจะมีประสิทธิภาพและได้ผลดีกว่าเมื่อ



เราวางจุดไว้ที่ทางเข้า-ออกร้านค้า ทั้งนี้จะมีผลมากทางด้านการป้องปรามหรือทางด้านจิตวิทยา ทำให้ลูกค้าไม่กล้าคิดที่จะกระทำการทุจริต และหากมีการลักขโมยสินค้าเล็กๆ น้อยๆ ที่ไม่ได้กระทำโดยแก๊งมืออาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัยก็จะเป็นประโยชน์ได้บ้าง แต่การใช้พนักงานรักษาความปลอดภัยก็มีข้อเสียในด้านการป้องกันการทุจริตของบุคคลภายในหรือพนักงาน ทั้งนี้พนักงานรักษาความปลอดภัยเมื่ออยู่ไปนานๆ ก็อาจจะสนิทสนมกับพนักงานและสมรู้ร่วมคิดกันกระทำการทุจริตได้ ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการสูญเสียที่สูงและยากแก่การตรวจสอบหรือจับกุมได้

2.2 ผู้ตรวจสอบภายใน (Internal Auditor)

เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ร้านค้าปลีกซึ่งมีสาขาจำนวนมากและมีการทำงานอย่างเป็นระบบ มักนิยมใช้โดยมีการจัดตั้งเป็นแผนกหรือกำหนดตัวผู้ทำหน้าที่ในการตรวจสอบอย่างชัดเจนและให้อิสระในการทำงานเพื่อประสิทธิภาพในการตรวจสอบหน่วยงานต่างๆ ผู้ตรวจสอบภายในมีหน้าที่ในการตรวจสอบการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ ภายในธุรกิจเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ามีการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ และมีการดำเนินงานตามแนวทางที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ซึ่งมีส่วนช่วยในการป้องปรามการทุจริตและจับกุมผู้กระทำการทุจริตภายในองค์กร โดยอาจใช้วิธีการตรวจสอบที่หลากหลาย เช่น การสุ่มตรวจจำนวนสินค้าหรือเงินสด การตรวจนับสินค้าตามรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างสม่ำเสมอ

3. การใช้อุปกรณ์และเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (Tools and Electronic Equipments)

ในปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกหลายแห่งมีการนำอุปกรณ์และเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มาใช้ในการป้องกันการสูญหายของสินค้ามากขึ้น แต่อาจจะมีการใช้เงินลงทุนหรือค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงสำหรับการนำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มาใช้ในร้านค้าปลีก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ที่จะได้รับ

3.1 การติดตั้งกระจก (Mirror)

การติดตั้งกระจกภายในร้านค้าปลีกช่วยให้พนักงานสามารถมองเห็นพฤติกรรมของลูกค้าบริเวณมุมอับหรือบริเวณที่ไม่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่าได้ชัดเจนโดยอาศัยการนำกระจกโค้งมาติดบริเวณมุมต่างๆ ของร้านเพื่อช่วยลดมุมอับเหล่านั้น อีกทั้งยังสามารถช่วยให้พนักงานแคชเชียร์สามารถมองเห็นลูกค้าขณะเลือกซื้อสินค้า การติดตั้งกระจกเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่นิยมนำมาใช้ในการป้องกันการสูญหายของสินค้าภายในร้านค้าปลีกและช่วยให้ร้านค้าดูมีพื้นที่กว้างมากขึ้น

3.2 การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television)

การติดตั้งกล้องและโทรทัศน์วงจรปิด หรือที่นิยมเรียกกัน

ว่า CCTV เป็นอุปกรณ์ที่ร้านค้าปลีกในประเทศไทยนิยมใช้กันมากขึ้นในปัจจุบันเพื่อป้องกันการโจรกรรมในร้านค้าปลีกประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ตาม เนื่องจากอุปกรณ์มีขนาดเล็ก ไม่เปลืองเนื้อที่ในร้าน อีกทั้งมีราคาที่ถูกกลงในปัจจุบันจึงเหมาะและคุ้มค่ากับการป้องกันการสูญหายของสินค้าที่มีมูลค่าค่อนข้างสูงซึ่งเกิดจากบุคคลภายนอก แต่อาจส่งผลเสียหากทำให้ลูกค้าบางคนเกิดความรู้สึกในแง่ลบกับร้านค้าเพราะมีความรู้สึกที่ไม่ได้รับความไว้วางใจและอึดอัดต่อวิธีการนี้ ดังนั้นก่อนตัดสินใจลงทุนใช้โทรทัศน์วงจรปิด ผู้ประกอบการควรพิจารณาผลดี ผลเสีย ความคุ้มค่าและประโยชน์ที่ธุรกิจจะได้รับอย่างรอบคอบ โดยทั่วไปธุรกิจค้าปลีกมีวัตถุประสงค์ในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดใน 2 ลักษณะ คือ

1) ผลทางด้านการป้องปราม

อาจมองว่าเป็นการใช้หลักจิตวิทยาก็ว่าได้ เช่น ในกรณีที่ร้านค้าปลีกติดตั้งจอภาพบริเวณประตูทางเข้าของร้านเพื่อให้ลูกค้าทราบว่าการร้านได้มีการบันทึกภาพพื้นที่ภายในร้านตลอดเวลา ซึ่งอาจทำให้ผู้ที่มีความคิดจะกระทำการทุจริตล้มเลิกความตั้งใจที่จะกระทำการทุจริตลงได้ การใช้โทรทัศน์วงจรปิดอาจไม่ค่อยได้ผลในด้านจิตวิทยาสำหรับพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่ทำงานมานานเพราะอาจรู้มุกกล้องและทางหนีทีไล่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากร้านค้าไม่มีความสม่ำเสมอในการตรวจสอบภาพที่บันทึกไว้ จะยิ่งทำให้พนักงานเหล่านั้นไม่มีความหวาดหวั่นกับการใช้อุปกรณ์โทรทัศน์วงจรปิดแต่อย่างใด

2) ผลทางด้านปราบปราม

กล่าวคือร้านค้าสามารถบันทึกภาพเหตุการณ์การทุจริตหรือการทำให้เกิดการสูญเสียของธุรกิจไว้เป็นหลักฐาน โดยมีบุคลากรคอยเฝ้าดูพฤติกรรมของผู้กระทำทุจริตหรือความสูญเสียและแจ้งให้บุคลากรในพื้นที่ขายตักเตือนหรือจับกุม นอกจากนี้ภาพที่บันทึกจากโทรทัศน์วงจรปิดยังช่วยให้เจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถติดตามผู้กระทำผิดได้ง่ายและเร็วขึ้น

3.3 การใช้ระบบกันขโมยสำหรับร้านค้า "EAS" (Electronic Article Surveillance)

EAS เป็นระบบกันขโมยประเภทหนึ่งซึ่งนิยมใช้กันมากในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เทคโนโลยีหลักของระบบ EAS มีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท คือ คลื่นความถี่วิทยุ (Radio Frequency) หรือ RF และแบบแม่เหล็กไฟฟ้า (Electro Magnetic) หรือ EM โดยการใช้ระบบ EAS จะประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1) เสารับ-ส่งสัญญาณ (Antenna)

2) ป้ายหรือฉลาก (Tag & Label) และ

3) อุปกรณ์สร้างหรือปลดสัญญาณ (Detacher)

ป้ายหรือฉลากจะมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ 1) แบบสร้างลวด-ปลดล๊อคแล้วนำกลับมาใช้งานใหม่ได้ และ 2) แบบที่ไม่สามารถ





ปลอดภัยได้ วิธีการใช้งานคือ การนำป้าย ฉลาก หรือแผ่นป้ายอิเล็กทรอนิกส์บางๆ ติดไว้กับตัวสินค้า เมื่อมีการนำสินค้าออกไปจากจุดขายหรือจุดชำระเงิน พนักงานจะต้องลบระบบการป้องกันก่อนไม่เช่นนั้นจะมีเสียงดังขึ้น หากป้ายหรือฉลากที่ติดไว้กับสินค้าไม่ได้ถูกทำลายหรือไม่ได้ทำการตัดสัญญาณก่อน ระบบ EAS นิยมอย่างแพร่หลายสำหรับร้านค้าปลีกในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในปัจจุบันร้านค้าปลีกในประเทศไทยหลายแห่งได้นำระบบนี้มาใช้แล้วเช่นกัน การใช้ระบบ EAS เหมาะกับธุรกิจค้าปลีกที่มีการหมุนเวียนสินค้าไม่มากนัก และกำไรต่อหน่วยค่อนข้างสูง ทั้งนี้ระบบ EAS มีค่าใช้จ่ายและค่าแรงงานในการติดบาร์โค้ด (Barcode) หรืออุปกรณ์ลักษณะอื่นของ EAS และเนื่องจากค่าอุปกรณ์ค่อนข้างสูง ระบบ EAS จึงยังไม่เหมาะที่จะใช้กับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปที่มีราคาไม่สูงเพราะสินค้าเหล่านี้มีการหมุนเวียนของสินค้าสูงมาก และไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการนำระบบ EAS มาใช้ โดยในปัจจุบัน ร้านค้าปลีกแบบ Discount Store จะมีการใช้ระบบ EAS แบบบาร์โค้ด เพื่อวัตถุประสงค์ในการป้องกันการสูญหายของสินค้า โดยมีการเลือกใช้กับสินค้าในบางรายการที่มีความเสี่ยงสูงเท่านั้น เช่น เครื่องสำอาง ครีมบำรุงผิว และสุราต่างประเทศ

4. มาตราการและแนวทางการปฏิบัติงาน (Action and Operation Procedure)

ผู้ประกอบการควรกำหนดมาตรการและแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อช่วยให้พนักงานทุกคนในทุกหน่วยงาน และทุกตำแหน่งตระหนักถึงแนวทางปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานในทิศทางเดียวกัน ย้ำต่อการควบคุมและสังเกตพบสิ่งผิดปกติได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการกำหนดแผนกหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการจัดอบรมหรือการประชุมเพื่อถ่ายทอดมาตรการและแนวทางในการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานในแต่ละหน่วยงาน แต่ละตำแหน่งอย่างทั่วถึง อีกทั้งยังต้องกำหนดมาตรการลงโทษผู้ฝ่าฝืนตามความเหมาะสมและความจำเป็น หากก่อให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจทั้งโดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม

4.1 มาตรการลงโทษผู้กระทำผิด (Punishment)

ผู้ประกอบการควรกำหนดมาตรการอย่างรอบคอบและเหมาะสมกับลักษณะความผิดซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความจำเป็นในแต่ละกรณี เช่น มูลค่าความเสียหาย จำนวนครั้งในการกระทำความผิด โดยอาจแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ มาตรการสำหรับลูกค้าหรือบุคคลภายนอก และมาตรการสำหรับพนักงานหรือบุคลากรภายใน ดังต่อไปนี้คือ

1) มาตรการสำหรับลูกค้าหรือบุคคลภายนอก

มาตรการลงโทษผู้กระทำผิดที่เป็นบุคคลภายนอกที่เข้ากันโดยทั่วไป ได้แก่ การปรับเป็นเงินในกรณีที่เป็นการลักเล็กขโมย

น้อย แต่ถ้าการกระทำผิดนั้นก่อให้เกิดมูลค่าความเสียหายต่อร้านค้าค่อนข้างสูงโดยมีเจตนาในการกระทำความผิดหรือมีการกระทำความผิดมาแล้วหลายครั้ง ผู้ประกอบการก็อาจต้องใช้มาตรการลงโทษโดยการส่งดำเนินคดีตามกฎหมาย ซึ่งผลของการใช้มาตรการลงโทษหากผู้กระทำผิดเป็นลูกค้าก็จะช่วยให้เกิดความเกรงกลัว ในการกระทำความผิดเช่นนี้อีก ในบางครั้งผู้ประกอบการอาจต้องมีความระมัดระวังรอบคอบและมีความยืดหยุ่นหากผู้กระทำความผิดเป็นเยาวชนและกระทำผิดโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ด้วยความไร้เดียงสา อาจใช้เพียงวิธีการติดต่อผู้ปกครองเพื่อมารับทราบและขอใช้ค่าเสียหายแก่ร้านค้าตามความเหมาะสม เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของธุรกิจในสายตาของบุคคลในสังคมที่อาจไม่เห็นด้วยกับการใช้มาตรการที่มองว่ามีความรุนแรงเกินไปก็ได้

2) มาตรการสำหรับพนักงานหรือบุคลากรภายในร้าน

มาตรการสามารถช่วยในการป้องปรามพนักงานคนอื่น ๆ ไม่ให้คิดที่จะกระทำความผิดหรือลบลืมเลิกละคิดดังกล่าวไป โดยมาตรการลงโทษที่ใช้กันโดยทั่วไปเริ่มตั้งแต่การว่ากล่าวตักเตือน การสั่งพักงาน การให้ออกจากงาน การขึ้นบัญชีดำ (Blacklist) และการส่งผ่านข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยนไปยังพันธมิตรร้านค้าปลีก เพื่อประโยชน์ในการเป็นข้อมูลในการตรวจสอบคุณสมบัติของพนักงาน ก่อนตัดสินใจรับสมัครเข้ามาในร้านค้าของตน ซึ่งมีส่วนช่วยลดความเสี่ยงและป้องกันการรับบุคคลที่ไม่เหมาะสมเข้ามาทำงานในร้านค้า อาจเรียกได้ว่าเป็นการตัดไฟเสียแต่ต้นลมนั่นเอง

4.2 กฎระเบียบและแนวทางการปฏิบัติงาน (Rules and Operation Procedures)

การวางกฎระเบียบและแนวทางในการปฏิบัติงานช่วยให้พนักงานมีการทำงานไปในทางเดียวกัน มีความเป็นระบบแบบแผน และช่วยให้พนักงานเข้าใจแนวทางในการทำงานให้สอดคล้องและดำเนินไปตามนโยบายหรือวัตถุประสงค์ของธุรกิจ โดยต้องมีการจัดบุคคลที่จะตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละระดับ และแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้แน่ใจว่ามีการยึดมั่นในกฎระเบียบหรือแนวทางที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อลดปัญหาที่อาจส่งผลกระทบจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน หรือการขาดความรู้ของพนักงานลงได้

4.3 ระบบการควบคุมภายใน (Internal Control)

หากร้านค้าปลีกมีระบบควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้มองเห็นจุดอ่อนของธุรกิจในแต่ละส่วนต่างๆ และป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตหรือการดำเนินการที่ผิดปกติซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจได้ เช่น การออกแบบเส้นทางเดินของเอกสารเพื่อให้มีการอนุมัติตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ การจำกัดวงเงินหรือจำกัดสิทธิในการอนุมัติ การกำหนดตัวบุคคลที่มีอำนาจในการอนุมัติ ซึ่งโดยทั่วไปจะกำหนดตัวบุคคลอย่างชัดเจนโดยอาจ



มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกันอย่างน้อยสองระดับหรืออยู่คนละหน่วยงานเพื่อให้มีหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของอีกหน่วยงานหนึ่งอันจะเป็นประโยชน์ในการควบคุมการทำงานและมีการตรวจสอบความถูกต้อง หรือแก้ไขข้อผิดพลาดที่ตรวจพบเป็นการภายในก่อนส่งข้อมูลไปยังหน่วยงานอื่นหรือบุคคลภายนอก อีกทั้งยังช่วยในการกระตุ้นให้พนักงานระดับปฏิบัติการมีความระมัดระวังรอบคอบในการทำงานมากขึ้นเนื่องจากเกรงว่าจะถูกตำหนิหรือแก้ไขหากผู้อนุมัติหรือผู้ตรวจพบข้อผิดพลาด หรือลดโอกาสในการคิดจะกระทำการทุจริตในเรื่องสินค้า ทรัพย์สิน และเงิน เนื่องจากเกรงจะถูกตรวจพบนั่นเอง

unasul

การป้องกันการสูญเสียในธุรกิจค้าปลีกเป็นสิ่งสำคัญพอๆ กับการเพิ่มยอดขาย เพราะหากธุรกิจสามารถควบคุมการสูญเสียให้น้อยลงก็จะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรสุทธิมากขึ้น คงไม่มีประโยชน์หากธุรกิจสามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหรือมียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ ซึ่งมีผลทำให้ธุรกิจขาดทุนทั้งๆ ที่มียอดขายสูงกว่าเป้า แต่ในทางตรงกันข้าม หากธุรกิจสามารถลดมูลค่าความเสียหายของธุรกิจลงได้ ก็ย่อมส่งผลต่อกำไรที่เพิ่มขึ้นโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าปลีกในประเทศไทย หากธุรกิจมียอดสินค้าสูญหายหรือเสียหาย ผู้ประกอบการจะต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มจากมูลค่าของความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้น เนื่องจากกรมสรรพากรได้ให้คำจำกัดความสำหรับมูลค่าความเสียหายของธุรกิจที่ส่งผลต่อการลดลงของปริมาณสินค้าคงเหลือว่าเปรียบเทียบการขายสินค้า (กรมสรรพากร, 2550) จึงไม่เพียงส่งผลต่อกำไรที่ลดลงของธุรกิจ แต่เป็นเหตุให้ธุรกิจต้องเสียภาษีขายเพิ่มขึ้นอีกด้วย ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ผลกำไรลดลงนั่นเอง โดยในปัจจุบันอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มคือ ร้อยละ 7 ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจึงต้องมีความเข้าใจถึงสาเหตุของการเกิดความเสียหายของธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสูญหายของสินค้า และให้ความสำคัญกับการใช้มาตรการและวิธีการที่จะควบคุมการสูญเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวิธีการป้องกันการสูญเสียที่ดีที่สุดก็คือ การปลูกฝังพนักงานทุกคนให้มีคุณธรรมและช่วยธุรกิจเฝ้าระวังผู้ที่สร้างความเสียหายต่อธุรกิจจึงจะเป็นหนทางช่วยให้ธุรกิจค้าปลีกนั้นมีผลประกอบการที่ดีและอยู่รอดอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. (2550, 2 กรกฎาคม). ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม กรณีสินค้าสูญหายเนื่องจากถูกลักขโมย. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2555, จาก <http://www.rd.go.th/publish/35682.0.html>
- จ๊อบดีบี. (2555). วิธีการจัดการกับพนักงานที่ส่อเค้าว่าทุจริต. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2555, จาก http://th.jobsdb.com/TH/EN/v6html/Home/humanresource_editor_19.htm
- ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์. (2546, เมษายน). เทคนิคการควบคุม และป้องกันการสูญหาย. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2555, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=1858
- บล็อกข่าวฟ็อร์. (2554, 21 ธันวาคม). ผลการสำรวจพบว่า ไทยมีอัตราสินค้าสูญหายเป็นอันดับ 2 ของเอเชียติดต่อกันเป็นปีที่ 5. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2555, จาก <http://boxkao.blogspot.com/2011/12/2-5.html>
- พรชัย พิทักษ์เจริญวงศ์. (ม.ป.ป.). วิธีการป้องกันการทุจริตในร้านค้าปลีก. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.thaipharmacies.org/knowledge/marketing/76-protect-corruption.html>
- วิทวัส รุ่งเรือง. (2544). *Small but work*. กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตเทียร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการค้าปลีก*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- Centre for Retail Research. (n.d.). The global retail theft barometer 2011. Retrieved September 20, 2012, from http://retailresearch.org/grtb_current_survey.php
- Research History. (2012, June 16). Maslow's hierarchy of needs. Retrieved July 30, 2012, from <http://www.researchhistory.org/2012/06/16/maslows-hierarchy-of-needs>