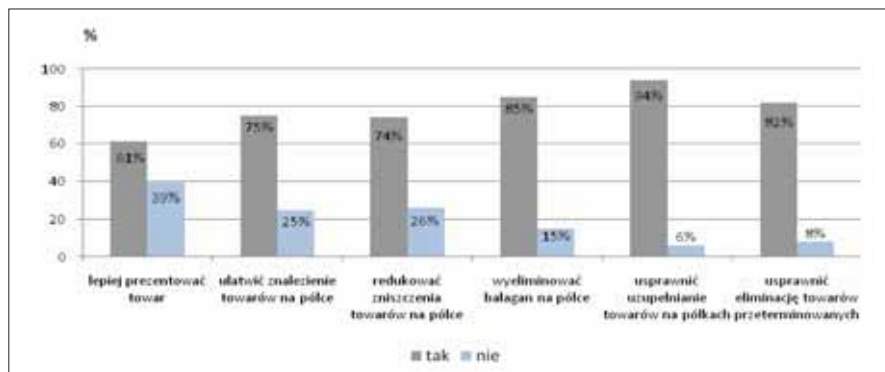
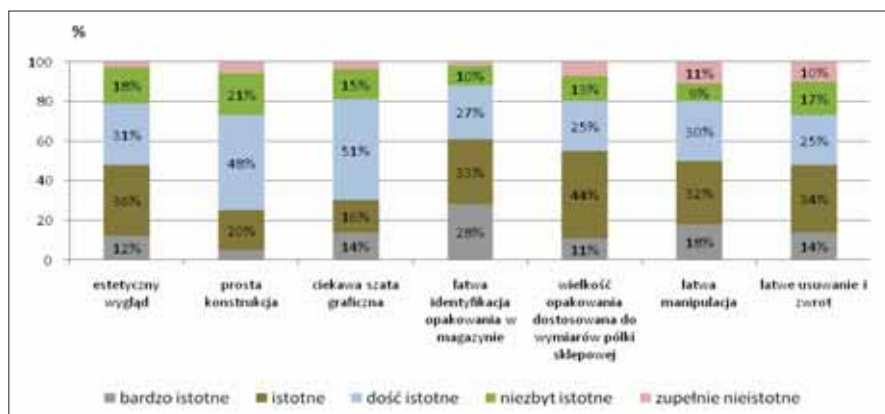


Małgorzata Szyszka¹
 Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

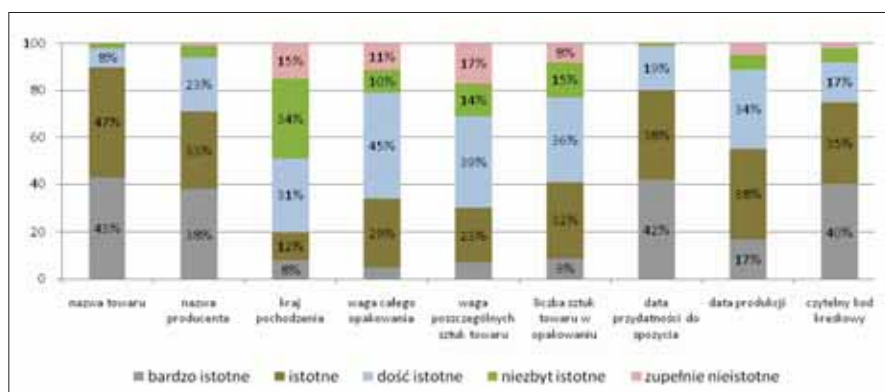
Opakowania gotowe na półkę (SRP – Shelf Ready Packaging) z punktu widzenia pracowników operacyjnych sklepów² i merchandiserów



Rys. 1. Porównanie SRP z opakowaniem jednostkowym według pracowników operacyjnych sklepów, merchandiserów. Źródło: opracowanie własne.



Rys. 2. Cechy SRP i ich istotność według pracowników sklepów i merchandiserów. Źródło: opracowanie własne.



Rys. 3. Informacje umieszczone na SRP i ich istotność według pracowników sklepów i merchandiserów. Źródło: opracowanie własne.

Opakowanie gotowe na półkę – SRP (Shelf Ready Packaging) – jest opakowaniem zbiorczym, zaprojektowanym w sposób umożliwiający jednocześnie wystawienie większej ilości jednostek konsumenckich na półkę sklepową bez potrzeby ich wyjmowania, ułatwiające przemieszczanie, szybką identyfikację produktów w obrębie sklepu oraz zwiększające atrakcyjność zakupową.

SRP stosowane są przeważnie do opakowywania towarów szybko rotujących. Do najczęściej występujących form tych opakowań zaliczamy tacki tekturowe i z tworzyw sztucznych, pudełka tekturowe, skrzynki z tworzyw sztucznych.

Wśród najważniejszych korzyści, jakie mogą wynikać z zastosowania SRP, wymienia się [1,2,3]:

- poprawę ekspozycji w sklepie poprzez powiązanie opakowania zbiorczego z opakowaniem jednostkowym
- wyższą sprzedaż w wyniku poprawy rozpoznawalności towaru poprzez wyraźne skojarzeniowe kreowanie marki w sklepie i prowadzenie kupującego w kierunku produktu
- zwiększenie rozpoznawalności towaru przez pracowników operacyjnych sklepu, zarówno w magazynie, jak i na półce sklepowej
- usprawnienie procesu zapełniania półek poprzez zastosowanie zasady „uzupełniania jednym dotykiem”³
- zwiększenie dostępności towaru w sklepie w wyniku zwiększenia wydajności pracy pracowników operacyjnych sklepu
- możliwość ograniczenia produktów przeterminowanych
- możliwość ograniczenia uszkodzeń produktów.

W prezentowanym artykule przedstawiono opinię pracowników operacyjnych sklepów oraz merchandiserów

¹ M. Szyszka – Katedra Towaroznawstwa Przemysłowego, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu. Artykuł recenzowany (przyp. red.).

² Osoby obsługujące półki sklepowe.

³ Zasada ta stanowi dążenie do uzyskania odpowiedniego towaru na odpowiednim miejscu w celu uzupełnienia półki w ramach jednej prostej czynności, zamiast wypakowywania pojedynczych opakowań jednostkowych [1].

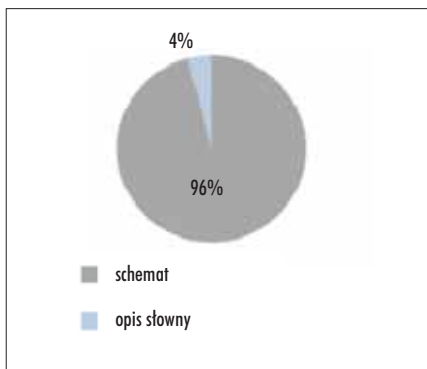
na temat SRP. W celu zbadania ich świadomości i wiedzy dotyczącej tych opakowań wykorzystano pomiar sondażowy. Badanie zostało przeprowadzone w okresie od grudnia 2008 roku do kwietnia 2009 roku wśród 300 losowo wybranych osób. Kwestionariusz wywiadu poza metryczką składał się z pięciu rozbudowanych pytań (otwartych, półotwartych, zamkniętych, skalowanych). Badania ankietowe zostały przeprowadzone wśród kobiet i mężczyzn, w przedziale wiekowym od poniżej 25 lat do 45 roku życia, z wykształceniem podstawowym, zawodowym, średnim; pracujących w różnego rodzaju obiektach handlowych (hipermarketach, supermarketach, sklepach dyskontowych oraz sklepach osiedlowych) jako osoby obsługujące półki sklepowe, bądź jako merchandiserzy.

W wyniku przeprowadzonych badań stwierdzono, iż pracownicy operacyjni sklepów oraz merchandiserzy są w pełni świadomi zalet jakie posiadają SRP. Ich zdaniem, SRP w porównaniu z opakowaniem jednostkowym może pomóc:

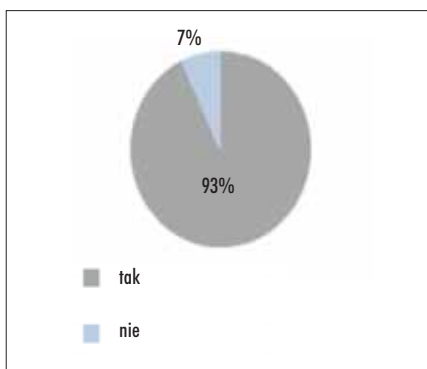
- usprawnić uzupełnianie towarów na półkach sklepowych (95% respondentów udzieliło odpowiedzi twierdzącej)
- eliminować bałagan na półce sklepowej (85%)
- usprawnić eliminację towarów przeterminowanych (82%).

Około 75% badanych uważa, że SRP usprawniają znalezienie towarów na półce sklepowej oraz ograniczają ich zniszczenia. Natomiast 61% ankietowanych jest przekonanych, że SRP lepiej prezentuje towar.

Zdaniem pracowników operacyjnych sklepów i merchandiserów istotne jest, aby SRP ułatwiało identyfikację towaru w magazynie, a jego wielkość dostosowana była do wymiarów półki sklepowej. Odpowiednio 61% i 55% respondentów wskazało, że są to istotne, bądź bardzo istotne cechy. Około 50% ankietowanych zwraca uwagę na to, żeby SRP było skonstruowane w sposób ułatwiający jego manipulację, usuwanie i zwrot. Dość istotnymi cechami dla pracowników operacyjnych sklepów oraz merchandiserów są: ciekawa szata graficzna, estetyczny wygląd, prosta konstrukcja opakowania.



Rys. 4. Sposób w jaki, zdaniem pracowników sklepów i merchandiserów powinna być przedstawiona instrukcja otwierania SRP.
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 5. Opinia pracowników sklepów i merchandiserów dotycząca szerszego zastosowania SRP w sklepach.
Źródło: opracowanie własne.

Wśród najważniejszych informacji, jakie powinny zostać umieszczone na SRP, ankietowani wskazują: nazwę towaru (90% ankietowanych wskazało, że jest to istotna bądź bardzo istotna informacja), datę przydatności do spożycia (80%), czytelny kod kreskowy (75%), nazwę producenta (71%). Informacje dotyczące daty produkcji, wagi całego opakowania, wagi poszczególnych sztuk towaru, liczby sztuk towaru w opakowaniu, są istotne, bądź dość istotne dla około 70% pracowników operacyjnych sklepów i merchandiserów. Najmniej istotną informacją, zdaniem badanych, jest kraj pochodzenia (około 65% respondentów wskazało, że jest to informacja dość istotna bądź niezbyt istotna).

Prawie wszyscy ankietowani (96%) uważają, że informacja dotycząca sposobu w jaki należy otworzyć opakowanie powinna zostać przedstawiona na SRP w postaci prostego schematu.

Zdaniem pracowników operacyjnych sklepów i merchandiserów SRP, powinny zostać wprowadzane na rynek na szerszą, niż dotąd stosowaną, skalę.

Podsumowanie

Pracownicy operacyjni sklepów oraz merchandiserzy twierdzą zgodnie, iż SRP usprawniają wykonywane przez nich prace magazynowe oraz związane z obsługą półek sklepowych. Podkreślają, że dobre rozwiązanie typu SRP winno charakteryzować się łatwą identyfikacją w magazynie oraz konstrukcją ułatwiającą manipulację opakowaniem: otwieranie, wkładanie na półkę, składanie i zwrot. Wielkość SRP powinna być dostosowana do wymiarów półki sklepowej. Duże znaczenie mają również informacje dotyczące otwierania SRP. Uważają oni, że w skomplikowanych przypadkach powinny być one przedstawione w postaci schematu.

Streszczenie

Opakowanie gotowe na półkę (SRP – Shelf Ready Packaging) jest nową formą opakowania zbiorczego. Jego priorytetowym celem jest wspieranie handlu detalicznego poprzez ułatwienie manipulacji towarem w obrębie sklepu oraz zwiększanie atrakcyjności zakupowej. W prezentowanym artykule przedstawiono, w jaki sposób SRP postrzegane są przez pracowników operacyjnych sklepów oraz merchandiserów. Pracownicy operacyjni sklepów i merchandiserzy twierdzą zgodnie, iż należy szerzej wykorzystywać SRP w sklepach. Są oni w pełni świadomi korzyści jakie wynikają z ich zastosowania.

SUMMARY

Store staff and merchandisers evaluation of Shelf Ready Packaging

Shelf Ready Packaging (SRP) is a new form of secondary packaging. SRP supports the core retail facing priority of providing enhanced shoppability through superior availability and fixture navigation. This article shows store staff and merchandisers evaluation of SRP. Store staff and merchandisers think that SRP should be more often used in shops. They are fully aware of advantages which those packages give.

LITERATURA:

1. Report ECR Australasia, Retail Ready Packaging, ECR Australasia 2006.
2. Report ECR UK, Retail Ready Packaging, ECR UK 2005.
3. Report ECR UK, Retail Ready Packaging Functional Guidelines, ECR UK 2007.