

Jak sieci handlowe dbają o czystość w sklepach? [RAPORT]

data aktualizacji: 2019.09.09



Działające na rynku sklepy zapytano o stosowane metody utrzymywania czystości. Pytania dotyczyły trzech procesów - technicznego, informacyjnego i kontrolnego. Informacji udzieliła blisko połowa podmiotów. Analiza m.in. wykazała, że w wielu placówkach sprzątanie jest nadal nadzorowane w postaci papierowych formularzy. Co niektórzy eksperci oceniają jako przestarzałe i zawodne działanie. Jednak trend na rynku wyraźnie się zmienia. Ułatwiają to cyfrowe rozwiązania. Wszystkie raporty trafiają bezpośrednio do centrali, która może szybko sprawdzić, kto danego dnia o określonej godzinie np. czyścił konkretną półkę.

Analitycy serwisu MondayNews zapytali sieci handlowe o to, jak dbają o czystość w swoich placówkach. Zwrócili się do wszystkich działających na rynku dyskontów, hipermarketów, supermarketów i sklepów convenience. Informacji udzieliła prawie połowa podmiotów. Niemniej wiele firm odmówiło odpowiedzi. Część z nich twierdziła, że nie ma pełnej wiedzy, a zebranie informacji wymagałoby wiele czasu i trudu. Niektóre sieci franczyzowe tłumaczyły, że sklepy występujące pod wspólnymi nazwami są niezależnymi przedsiębiorstwami. Dlatego też nie wiadomo, w jaki sposób konkretnie dbają o porządek. W paru przypadkach odpowiedziano zdawkowo lub wskazano, że stosowane procedury są tajemnicą firmy.

- Nie dziwi mnie to, że wiele sieci handlowych odmówiło udzielenia tego typu informacji. Pytania o stosowane procedury czystości mogą budzić swego rodzaju podejrzania. Od razu pojawiają się obawy, czy czasem problem nie dotyczy jednego z firmowych sklepów. Dlatego niektórym wydaje się, że lepiej jest zachować milczenie, co jest błędem, bo to może przynieść odwrotny skutek od

zamierzonego - komentuje Sebastian Starzyński, prezes Instytutu Badawczego ABR Sesta.

Pytania skierowane do sieci dotyczyły trzech procesów - technicznego, informacyjnego i kontrolnego. W pierwszej części zapytano sklepy m.in. o to, ile razy w danym dniu, tygodniu czy miesiącu myją podłogi, półki z różnego typu towarami oraz najbliższe otoczenie kasjera. Proszono również o wskazanie stosowanych metod. Drugi badany obszar obejmował kwestię informowania klientów o tym, kiedy są sprzątane sklepy, a także toalety. Trzeci zakres odpowiedzi odnosił się do kontroli i oceny wykonywanych czynności w ramach powyższych procesów.

- Duże sieci powinny mieć dobrze opracowane procedury. Dlatego zastanawiająca jest ich niechęć do udzielenia odpowiedzi, a także zasłanianie się tajemnicą przedsiębiorstwa. Jako konsumenci wiemy, że z czystością w sklepach bywa różnie i chcemy wiedzieć, które firmy nad tym panują. Niejednokrotnie możemy spotkać się z kurzem na półkach czy nawet z latającymi molami spożywczymi. Pocieszające jest jednak to, że część sieci poważnie podchodzi do tego tematu - mówi Krzysztof Zych z firmy doradczej UCE Group.

Warto podkreślić, że wszystkie działające na rynku dyskonty odpowiedziały na pytania. Najwięcej szczegółów podały dwie sieci - Aldi oraz Netto. W kanale hipermarketów stosowane procedury przybliżyły trzy firmy - Auchan, Bi1 i Kaufland. Spośród supermarketów informacji udzieliło trzech graczy - Intermarche, Stokrotka i Topaz. W formacie convenience wypowiedziały się takie podmioty, jak Żabka i Stokrotka Express. Ponadto Grupa Eurocash przedstawiła standardy panujące w niezależnych sklepach, franczyzowych i partnerskich, działających m.in. pod takimi markami, jak abc, Groszek, Delikatesy Centrum, Lewiatan, Euro Sklep, Gama, Duży Ben, Kontigo oraz Koliber.

- Podłogi są myte codziennie, zazwyczaj wieczorem po zamknięciu sklepu. Jednak w przypadku wybranych przestrzeni, np. wokół stoisk z owocami i warzywami, ta czynność powtarzana jest nawet kilka razy dziennie. Nasza sieć ma wdrożony system HACCP, który reguluje wszelkie zasady czyszczenia powierzchni, w tym półek z towarami w pudełkach zamkniętych. Wdrożenie go dało nam gwarancję najwyższej jakości w zakresie czystości oraz przestrzegania zasad i wymogów wynikających z regulacji Sanepidu - informuje Agata Biernacka z Biura Prasowego Aldi Polska.

Natomiast Mariola Skolimowska, PR&Communications Manager w sieci Netto Polska, zapewnia, że półki z towarami bez opakowań, np. z owocami, są regularnie myte co 3-4 dni. Te, w których znajduje się pieczywo, są czyszczone codziennie na sucho. Co tydzień odbywa się mycie i dezynfekcja, według wydanych instrukcji, zaleconym w procedurze preparatem z zawartością alkoholu. Do mycia regałów z produktami zamkniętymi w pudełkach są używane takie same środki, jak w przypadku rzeczy mających kontakt z żywnością.

- Zadaniem wszystkich kasjerek jest utrzymanie czystości w ich miejscu pracy. Firma sprzątająca codziennie opróżnia kosze zlokalizowane przy linii kas. Każdego dnia są myte drzwiczki i furtki boksów kasowych. Taśma do wykładania towarów jest czyszczona i dezynfekowana kilkakrotnie w ciągu dnia za pomocą środka chemicznego na bazie alkoholu niewymagającego spłukiwania - zapewnia Katarzyna Theuss-Kaszka z Grupy Schiever Polska, zarządzającej siecią Bi1 oraz 2 hipermarketami Auchan.

Z kolei Magdalena Maciejewska, Menadżer ds. komunikacji i PR Stokrotki, zauważa, że pracownicy tej sieci korzystają m.in. z maszyn myjących podłogi również w godzinach otwarcia placówek. Zatem zdarza się, że konsumenci są świadkami dbania o porządek. Ponadto w każdej chwili mogą zapytać o tego typu kwestie. Natomiast nie ma specjalnych ogłoszeń na ten temat. W widocznym miejscu znajdują się Karty Kontroli Stoisk Świeżych, na których kierownik danej zmiany podpisuje się co godzinę, po uprzednim sprawdzeniu lady, stoisk z owocami, warzywami i pieczywem. W ramach cogo godzinnych kontroli ma on również obowiązek zweryfikować czystość w pozostałej części sklepu.

- Franczyzobiorcy sieci Żabka są indywidualnymi przedsiębiorcami i samodzielnie dbają o porządek w swoich placówkach. Wspieramy ich w tym procesie, udostępniając narzędzia do kontroli, jak np. karty czystości, w których zapisywane są godziny mycia i dezynfekcji konkretnych powierzchni. Jest tam też opis stanu sanitarno-higienicznego sklepu. Przed rozpoczęciem prowadzenia działalności każdy jest szkolony z zakresu utrzymania standardów w sieci. W ramach umowy franczyzowej punkty sprzedaży są dodatkowo weryfikowane pod względem utrzymania czystości – mówi Katarzyna Przewęzikowska z Biura Prasowego sieci Żabka Polska.

W sklepach współpracujących z Grupą Eurocash, czyli zrzeszonych w ramach sieci franczyzowych i partnerskich, obowiązuje standard, który zakłada kontrolę sprzątnięcia podłóg i innych przestrzeni, a także weryfikację przeprowadzonych zabiegów przez kierownika placówki. Sprawdza on również poprawność dokonanych zapisów w raporcie mycia i dezynfekcji pomieszczeń oraz sprzętu. Dodatkowo dokonywane są okresowe audyty wewnętrzne. Kierownicy regionalni regularnie odwiedzają wszystkie punkty sprzedaży. Podczas swoich wizyt oceniają m.in. czystość i higienę.

Przestarzałe metody?

- W sieciach handlowych poziom świadomości dotyczącej utrzymania czystości jest coraz większy. Chociaż realizacja zadań z tym związanych opiera się często o istniejące od lat procedury, to w celu zwiększenia poziomu higieny podlegają one modyfikacjom, szczególnie w obiektach spożywczych – stwierdza Anna Michałowska, dyrektor Segmentu Rynku Centra i Sieci Handlowe w Impel Facility Services.

Jak podkreśla Krzysztof Nowicki, Chief Growth Officer z platformy TakeTask, problemem pozostaje to, że sprzątnięcie jest nadal nadzorowane w bardzo tradycyjny sposób. Spotykamy się z tym codziennie w placówkach największych sieci. Pracownicy mogą podpisywać się na papierowych formularzach bez wykonania danego zadania, głównie z powodu braku czasu. Zawsze ważniejsze jest dla nich obsługa klientów przy kasach lub wystawianie towarów niż odkurzanie półek. Cyfryzacja procesów raportowania powinna usprawnić pracę personelu i wyeliminować niepotrzebne formalności. Jest to szczególnie istotne w dobie niedoborów kadrowych. Co więcej, służące do ww. celu aplikacje mobilne pozwalają na szybkie tłumaczenie wszelkich instrukcji i procedur w dogodnym języku. To z kolei jest ważne w przypadku zatrudniania obcokrajowców.

- Raport czystości już coraz częściej posiada formę elektronicznego potwierdzenia wykonanej usługi. Procentowo wskazuje poziom realizacji. Informuje też np. o technicznych problemach, które wystąpiły w sklepie. To pozwala na bieżące weryfikowanie obecności personelu i jakości. Dodatkowo sieć otrzymuje drogą online informację o usterkach, jakie mogą mieć istotny wpływ na działanie całego obiektu. Można również historycznie sprawdzić efekty działań w danej lokalizacji lub w skali całego kraju – dodaje ekspert z Impel Facility Services. Zdaniem Krzysztofa Nowickiego, papierowe rozwiązania powinny już dawno definitywnie odejść do lamusa.

Elektroniczne metody mogą poprawić stan czystości w sklepach. Wykorzystując dane i algorytmy, każda sieć ma szansę w łatwy sposób zlecić precyzyjne czyszczenie nawet najmniejszej półki. W przypadku zbierania danych regularnie w formie cyfrowej wszystkie raporty trafiają bezpośrednio do centrali. Każda uprawniona osoba może szybko sprawdzić, kto czyścił regały danego dnia o konkretnej godzinie. Ponadto aplikacje mobilne ułatwiają przeszkolenie nowych pracowników.

- Procedury muszą mieć w miarę stały charakter, bez względu na to, czy są tradycyjne czy też nowoczesne. Wtedy są skuteczne. Chodzi o powtarzalność procesów i bezpieczeństwo. W dobie rozwoju nowych technologii przejście na elektroniczne raportowanie usługi staje się nie tylko przyszłością, ale wręcz teraźniejszością. Eliminuje niepotrzebne tworzenie papierowej dokumentacji.

Jednocześnie pozwala na bieżącą ocenę pracy. Jestem przekonana, że już wkrótce pisemne potwierdzenia realizacji zadań lub samo ich zlecenie zostanie zastąpione jednym kliknięciem w smartfonie – zaznacza Anna Michałowska.

Ekspert z platformy TakeTask podsumowuje, że już zauważamy coraz więcej firm dokumentujących wykonanie czynności związanych z utrzymaniem czystości poprzez zrobienie zdjęcia. Przesyłanie go e-mailem czy komunikatorem jest jednak niezbyt komfortowe i tworzy niepotrzebny chaos komunikacyjny. Wykonanie fotografii dedykowaną aplikacją do procesów operacyjnych daje gwarancję dokładnego czasu pracy w określonej lokalizacji. Komputer nie dostarcza takich informacji. Natomiast geolokalizacja pracowników umożliwi szybkie przypisywanie zadań właściwym osobom.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/jak-sieci-handlowe-dbaja-o-czystosc-w-sklepach-rap,56740>