

# Na Stacji Paliw

Nr 3/2022 (28) | lipiec-wrzesień 2022

Temat numeru:

## **Kasy samoobsługowe – nowa jakość na stacjach paliw**

**Nasze  
drogie paliwa  
Skąd się biorą  
wysokie koszty tankowania?**

**Plany rozwojowe GreenWay:  
1,5 tys. punktów ładowania w 4 lata**

# GOK

## Komponenty • Rozwiązania • Systemy

Bezpieczne produkty MADE in **GERMANY**



**Instalacje gazu płynnego**  
dla gospodarstw domowych,  
rzemiosła i przemysłu



**Stacje benzynowe**  
bezpieczeństwo dostaw

# Od redaktora

Wakacyjny okres już dawno za nami, a my powoli przyzwyczajamy się do kolejnych niespodzianek i zaskoczeń, jakie przynosi nam rzeczywistość – po pandemii mamy temat inflacji i gospodarczego kryzysu czy kompletnej zmiany w dziedzinie energetycznego zabezpieczenia naszego kraju. To wszystko nie pozostaje bez wpływu na nastroje społeczne i perspektywy biznesu.

W tym numerze chcemy skupić się na problematyce rozwiązań mogących na stacji stać się dodatkowym udogodnieniem dla klientów – co może zapewne pomóc w pozyskiwaniu ich w tak trudnym okresie. Rozwiązania mają

charakter technologiczny, a ich nowatorstwo z pewnością będzie budzić zainteresowanie operatorów stacji paliw w kolejnych latach.

Poza tym podejmujemy oczywiście również tematykę makroekonomiczną – analizując przyczyny bieżącej cenowej drożyzny. Jak w każdym numerze chcemy także dać chwilę wytchnienia tematyką spoza paliwowego świata – i po to zapraszamy do naszych działów Podróże, Lifestyle czy Motoryzacja.

Jak co kwartał – życzymy Państwu owocnej lektury kolejnego numeru „Na Stacji Paliw” i oby udało się nam wszystkim bezpiecznie przejść przez trudne czasy, które chyba wciąż przed nami!

**DR JAKUB BOGUCKI**  
**REDAKTOR NACZELNY**

## Spis treści

<b>WYDARZENIA</b>   Newsy z rynku	4
<b>TEMAT NUMERU</b>   Kasy samoobsługowe – nowa jakość na stacjach paliw	6
<b>RYNEK PALIWOWY</b>   Zdobywanie klientów w cyfrowym świecie	8
<b>RYNEK PALIWOWY</b>   Nasze drogie paliwa	11
<b>GASTRONOMIA</b>   Rozkosz na stacyjnych półkach. Wino na polskich stacjach benzynowych	14
<b>ARTYKUŁ SPONSOROWANY</b>   Plany rozwojowe GreenWay: 1,5 tys. punktów ładowania w 4 lata	16
<b>PRAWNIK RADZI</b>   Czy w myjniach na żetony należy instalować kasy fiskalne przy stanowiskach myjni?	18
<b>PRAWNIK RADZI</b>   Skutki obecności nietypowych substancji organicznych w oleju napędowym z dodatkiem biokomponentu	19
<b>ARTYKUŁ SPONSOROWANY</b>   Samoobsługowe stacje paliw – alternatywa nie tylko dla oszczędnych	20
<b>MOTORYZACJA</b>   Fiat 500e RED – elektryczny, ale z duszą	22
<b>LIFESTYLE</b>   Spódnica – nieodłączny atrybut kobiecej garderoby	25
<b>PODRÓŻE</b>   Egipt dla każdego	27

## **Na Stacji Paliw**

MAGAZYN  
BRANŻOWYCH  
INSPIRACJI

**Nr 3 (28) 2022**

### **Wydawca:**

Information Market S.A.  
ul. Stacyjna 1/51  
V piętro SQ Business Center  
53-613 Wrocław  
tel.: +48 71 787 69 70; fax: +48 71 787 69 96  
[redakcja@nastacjipaliw.pl](mailto:redakcja@nastacjipaliw.pl)

### **Redaguje zespół w składzie:**

Jakub Bogucki – Redaktor Naczelny  
Szymon Araszkiewicz  
Gabriela Kozan  
Grzegorz Maziak  
Magdalena Robak

**Zapraszamy do kontaktu z nami.**  
**Na wszystkie prośby i pytania postaramy się odpowiedzieć jak najszybciej.**

# Newsy z rynku

## AVIA MA 100 STACJI



W trwającym roku do sieci przyłączono już 15 nowych obiektów. Rozwijana przez Grupę Unimot na polskim rynku szwajcarska marka jest już od 5 lat obecna w naszym kraju. - 100 stacji paliw AVIA w Polsce to doskonale uhonorowanie 5-lecia obecności sieci AVIA na polskim rynku. Drugą setkę otworzymy symbolicznie naszą 101. stacją, którą będzie drugi obiekt AVIA w Częstochowie, skąd wy-

wodzi się historycznie nasza firma. Jako członek stowarzyszenia AVIA International bardzo się cieszymy, że mogliśmy wprowadzić tę szwajcarską markę stacji paliw, która posiada 90-letnią historię, na polski rynek. Nasze początkowe ambitne plany posiadania 100 stacji w 2020 r. pokrzyżowała pandemia, niemniej jednak udało nam się osiągnąć tę liczbę stacji w tym roku i nie zamierzamy na tym poprzestawać. Zakładamy, że realnie liczba stacji pod koniec 2023 r. może wynosić około 150 obiektów – mówił prezes zarządu Unimot Adam Sikorski.

## IMPORT Z ROSJI W DÓŁ



Po raz pierwszy w historii W pierwszym kwartale tego roku import paliw z Rosji spadł poniżej 50 proc. – wynika z danych Narodowego Banku Polskiego. W omawianym okresie z Rosji pochodziło 48 proc. wartości paliw sprowadzanych do Polski. Tym samym po raz pierwszy jej udział w imporcie paliw przez Polskę zmniejszył się poniżej 50 proc. W przypadku ropy na początku 2022 r. kierunek rosyjski był źródłem 52 proc. importu. W przypadku produktów rafinacji ropy naftowej stamtąd przyjechało 38 proc. Dla węgla było to 45 proc., a dla LPG 54 proc.



## ORLEN I LOTOS RAZEM

Rząd wyraził zgodę na połączenie PKN Orlen z Grupą Lotos. Uznano, że to biznesowe rozwiązanie przyczyni się do poprawy bezpieczeństwa energetycznego. To część głębszej konsolidacji spółek polskiego sektora paliwowo-energetycznego obejmującej Orlen, Lotos oraz Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo. Efektem ma być silny polski koncern multienergetyczny w naszej części Europy, który ma postawić na dywersyfikację prowadzonej działalności. Skala pomoże także na utrzymanie konkurencyjności w długim terminie. Powstający koncern ma inwestować znaczne środki w rozwój technologii recyklingu tworzyw sztucznych. W planach jest także rozwój nisko- i zeroemisyjnej energetyki oraz technologii wodorowych.

## MOL ROZPOCZNIE DZIAŁALNOŚĆ SZYBCIEJ?

MOL po przejęciu stacji Lotosu w Polsce ma prawo użytkować symbole marki Lotos przez pięć lat, ale zapewne odejdzie od nich szybciej niż przewiduje kontrakt. Zbycie stacji detalicznych w Polsce, stanowiących około 80 proc. sieci Lotos, oraz zaopatrywanie tych stacji w paliwa silnikowe stanowiło element środków zaradczych niezbędnych do zakończenia transakcji przejęcia Grupy Lotos przez PKN Orlen. Umowa na mocy której MOL pojawia się na naszym rynku przewiduje przejęcie 417 stacji Grupy Lotos w ramach realizacji środków zaradczych Komisji Europejskiej. MOL (Magyar Olaj) jest największą spółką na Węgrzech pod względem wartości przychodów ze sprzedaży. Kontroluje m.in. słowacki Slovnaft i włoską rafinerię IES. Ma udziały w chorwackiej firmie naftowej INA i jest aktywna w ponad 30 krajach.





## STACJI JEST TYLE SAMO

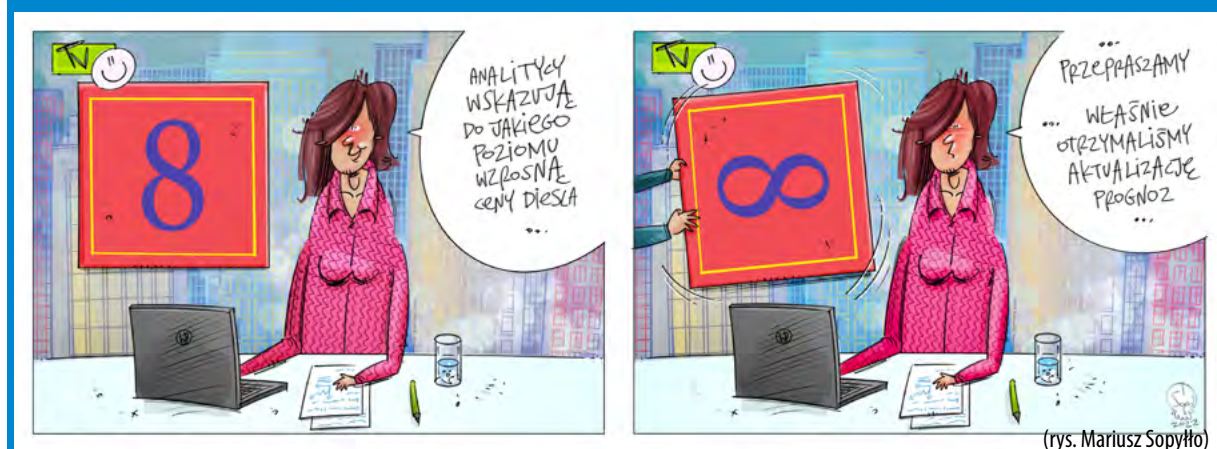
Według badania Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN) że liczba stacji paliw w Polsce w pierwszym półroczu tego roku praktycznie nie zmieniła się. Na koniec czerwca br. ich liczba wynosiła 7856, czyli o cztery obiekty więcej niż w minionym roku. Największą liczbą stacji dysponowali operatorzy niezależni – 3766 na koniec czerwca. Pod logo PKN Orlen działało na koniec półrocza 1819 punktów, czyli tyle samo co w grudniu 2021. Co ciekawe stacji przy marketach ubyło 11 i na koniec półrocza było ich 168.

## PROMOCJE SIĘ PRZEDŁUŻYŁY

Wakacyjna kampania operatorów stacji paliw, która umożliwiała tankowanie w niższych cenach nie zakończyła się wraz z letnią kanikłą. Orlen zapowiedział, że oferta rabatowa zostanie przedłużona o dwa tygodnie, zaś sieć stacji paliwowych BP w Polsce swoją promocję przedłużyła do odwołania na dotychczasowych zasadach.

Orlen w związku z powrotami do szkoły do 15 września br. oferuje nowym i obecnym użytkownikom programu lojalnościowego paliwa tańsze o 30 groszy za litr, a posiadacze Karty Dużej Rodziny zapłacą mniej o 40 groszy za litr. W ramach kontynuowanej promocji można zatankować z rabatem łącznie do 100 litrów paliwa. W przypadku BP promocja paliwowa pod nazwą „-30 gr” przewiduje dla klientów z zarejestrowaną kartą lojalnościową Payback rabat -30 gr/litr za zakup benzyny lub diesla oraz -10 gr/litr za zakup LPG.

# Paliwa z uśmiechem



# Kasy samoobsługowe – nowa jakość na stacjach paliw

Magdalena Robak

Od zainstalowania pierwszej na świecie kasy samoobsługowej w nowojorskim supermarkecie PriceChopper mija w tym roku 30 lat. W Polsce takie urządzenia pojawiły się dopiero w 2007 roku – najpierw w sklepach Auchan, za których przykładem stopniowo poszły również inne duże sieci. Polacy przyzwyczaili się do korzystania z kas samoobsługowych i dobrze oceniają to rozwiązanie. Jak można przeczytać na stronie [jedynka.polskieradio.pl](http://jedynka.polskieradio.pl), w lipcu 2020 roku przeprowadzono badanie, z którego wynika, że ponad 66 proc. ankietowanych nie tylko akceptuje obecność kas samoobsługowych w sklepach, ale nawet chciałoby, aby było ich tam więcej. Z pewnością do wzrostu ich popularności przyczyniła się pandemia, która wymusiła konieczność ograniczania kontaktów i zachowania społecznego dystansu. Dr Urszula Kłosiewicz-Górecka z Zespołu Foresightu Gospodarczego w Polskim Instytucie Ekonomicznym w rozmowie z Business Insider Polska podkreśla, że automatyzacja procesów handlowych jest też odpowiedzią na kłopoty sklepów z personelem oraz ma uzasadnienie ekonomiczne, ponieważ obecność kas samoobsługowych oznacza dla sklepu niższe koszty.

Za przykładem właścicieli placówek wielkopowierzchniowych oraz drogerii, w których kasy samoobsługowe są nieodłącznym elementem wyposażenia, poszli w tym roku również niektórzy operatorzy stacji paliw. Jak powiedział Michał Cizek, prezes Circle K Polska, w komunikacie dla prasy

z lipca br. - *Jesteśmy w trakcie przygotowań m.in. do wdrożenia kas samoobsługowych na naszych stacjach – do przyszłego roku zostaną zainstalowane w 80 lokalizacjach.*

Jak dowiedziała się Redakcja „Na Stacji Paliw”, aktualnie projekt jest w fazie testów. Wychodząc naprzeciw potrzebom klientów, bp Polska już w maju tego roku, w ramach programu pilotażowego zainstalowało po dwie kasyna każdej z trzech wybranych wysokoobrotowych stacji: na stacji Rondo w Krakowie i Młynek w Łodzi oraz na stacji autostradowej w Lubieniu Kujawskim. Wdrożenie tego rodzaju urządzeń to kolejny już projekt koncernu, wpisujący się obok innych działań, jak np. umożliwienia dokonywania płatności kartami zbliżeniowymi na myjniach bezdotykowych, w strategię digitalizacji stacji. Barbara Wiązweska, dyrektor generalna bp retail Polska, podkreśla, że ma on na celu przyspieszenie obsługi klientów i poprawę komfortu osób w podróży. - *Niektórzy klienci oczekują przede wszystkim ekspresowej obsługi płatności, inni potrzebują przestrzeni, aby wybrać odpowiednie dla siebie menu z oferty Wild Bean Cafe czy sklepu ze wsparciem pracow-*

*nika obsługi klientów. Naszym celem jest dostarczenie rozwiązań spełniających obydwie potrzeby. Jesteśmy przekonani, że zaoferowanie wyboru w zakresie modelu obsługi sprzedaży przyspieszy obsługę transakcji i zwiększy komfort naszych klientów.*

Projekt bp ma charakter pilotażowy i kiedy po dwumiesięcznym okresie obowiązywania nastąpi jego ewaluacja, wówczas zapadnie decyzja odnośnie dalszego wdrożenia. W czasie pisania niniejszego artykułu nie zosta-



Designed by  
Freepik

ła ona jeszcze podana do wiadomości publicznej.

Warunkiem skorzystania z kasy samoobsługowej na stacjach biorących udział w programie jest dokonanie płatności kartą kredytową lub debetową. W kasie można zapłacić za paliwo, w tym LPG, artykuły sklepowe oraz wybrane produkty z oferty Wild Bean Cafe. Przy zakupie alkoholu lub tytoniu trzeba zaczekać na zweryfikowanie wieku przez pracownika stacji. Klient ma też możliwość pobrania faktury VAT oraz dodania danych swojej firmy do systemu. Może także skorzystać z benefitów systemu lojalnościowego Payback oraz z promocji i kuponów.

Wspomniana powyżej sprawniejsza obsługa klientów, jaką zapewniają kasy samoobsługowe, nie jest jedyną zaletą zainwestowania w tego typu urządzenia. Spośród pozostałych należy wymienić eliminację problemów kadrowych oraz redukcję kosztów zatrudnienia. Klienci zyskują również anonimowość i mają poczucie kontroli wydatków. Na stronie posnet.com.pl czytamy jednak również, że choć właściciele sieci handlowych lub pojedynczych sklepów decydują się na stanowiska testowe, zazwyczaj nie są one później powielane w kolejnych lokalizacjach. Najczęstszym powodem tej sytuacji jest niespełnienie przez urządzenia pilotażowe przyjętych założeń ekonomicznych. Właściciele sklepów twierdzą ponadto, że kasy samoobsługowe bardzo często sprawiają problemy techniczne, klienci nie lubią z nich korzystać, a przepustowość jest wyraźnie niższa niż w przypadku tradycyjnych stanowisk z kasjerem. Rafał Stasiak – ekspert firmy Posnet, która od lat działa na rynku urządzeń fiskalnych, podkreśla, że skuteczność kas samoobsługowych zależy od bardzo wielu czynników, z których jedynie część związana jest ze sprzętem i oprogramowaniem, które musi być właściwie wdrożone, bo to ono odpowiada za dobrą komunikację z klientem. Przed podjęciem decyzji inwestycyjnej waż-

ne jest, aby policzyć, czy, ile i jakiego typu stanowiska samoobsługowe opłaca się zainstalować oraz warto zapoznać się ze specyfiką lokalnego rynku. Niezależnie od tego, co będą obiecywać dostawcy kas, nie każdy sklep powinien się decydować na samoobsługę.

Zdaniem Rafała Stasiaka najważniejszymi cechami rozwiązania samoobsługowego są prędkość działania, przewidywalność i łatwość obsługi całego systemu. Wystarczy jednak, aby tylko jeden z jego elementów sprawiał problemy, a cała kasa stanie się bezużyteczna. Jako przykłady podaje on słabo radzący sobie z odczytem uszkodzonych etykiet skaner kodów kreskowych, zablokowaną przez złe odcięte paragony drukarkę fiskalną czy powolny komputer, które mogą na tyle skutecznie zniechęcić klienta do korzystania ze stanowiska samoobsługowego, że ponownie do niego nie wróci.

Ekspert zwraca też uwagę na najczęściej niedocenianą kwestię funkcjonalności. Jego zdaniem cała konstrukcja powinna być ergonomiczna, usytuowana we właściwej części sklepu i posiadać wystarczającą ilość miejsca potrzebnego do manewrowania produktami. Istotne znaczenie ma też możliwość dostosowania typu kasy do indywidualnych cech miejsca instalacji. W jednych najlepiej sprawdzi się zainstalowany na ścianie niewielki ekran dotykowy z dołączoną półką na drukarkę fiskalną, a w innych kasa zbliżona formatem do bankomatu. Nie bez znaczenia jest także estetyka kas, która nie powinna być krzykliwa, ale ma budzić zaufanie i sprawiać wrażenie solidności. Klienci mogą bowiem obawiać się rozwiązań, które mogłyby przypadkowo zepsuć i nie lubią technologii, które swoim futurystycznym wyglądem sprawiają wrażenie zbyt skomplikowanych. Troszcząc się o właściwe oprogramowanie i ergonomię, nie należy zapominać też o czynniku ludzkim i starać się go za wszelką cenę

eliminować. Dla pracowników sklepu kasa ma stanowić przecież narzędzie wspierające proces obsługi klientów. Powinni oni zachęcać ich do korzystania z tego typu urządzeń i z empatią reagować podczas zdarzeń asystentkich.

W opinii Rafała Stasiaka nawet najlepiej zaprojektowana kasa nie jest jednak urządzeniem pozbawionym wad. Jego zdaniem podstawowy problem dotyczący kas polega na wyborze odpowiedniego poziomu zabezpieczeń. Zbyt wrażliwe systemy nadzoru reagują nadmierną liczbą alertów, co znacząco obniża przepustowość kas i zniechęca klientów do tej formy zakupów. Z drugiej strony obniżenie poziomu nadzoru może narazić właściciela na większą liczbę kradzieży w sklepie i przez to negatywnie wpłynąć na wynik finansowy. Z ograniczeniami kas samoobsługowych można mimo wszystko sobie radzić. Najpopularniejsze mechanizmy kontroli oparte są zazwyczaj na wagach bezpieczeństwa (tzw. „securityscales”). Coraz częściej wzbogaca się je ponadto o elementy analizy wideo, także z wykorzystaniem sztucznej inteligencji.

Zakup samoobsługowej kasy może oznaczać spory wydatek. Ceny tego typu urządzeń zależą od ich wielkości, przeznaczenia, posiadanych funkcji. Niektóre modele kosztują nawet kilkadziesiąt tysięcy złotych. Decydując się na wyposażenie placówki handlowej w kasę samoobsługową, należy pamiętać, tak jak zresztą w przypadku innych urządzeń fiskalnych, o konieczności jej serwisowania. Obowiązkowo należy to robić przynajmniej co 2 lata. Dzięki temu zapobiegniemy usterkom i zwiększymy żywotność urządzenia, jednocześnie minimalizując koszty jego naprawy i eliminując potencjalne problemy z obsługą urządzenia przez klientów.

# Zdobywanie klientów w cyfrowym świecie

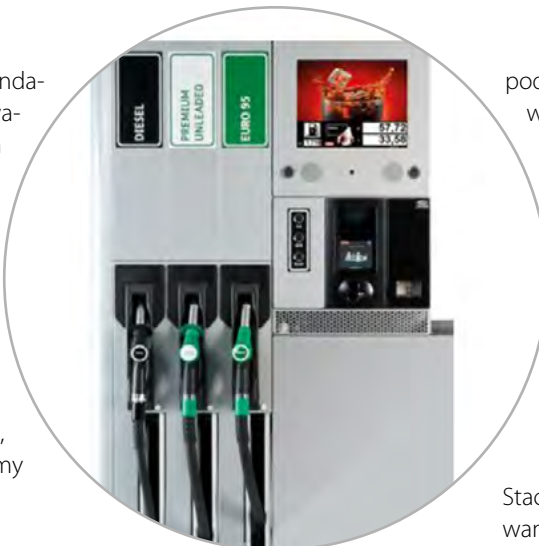
Gabriela Kozan

**Pandemia koronawirusa, kiedy kontakt osobisty z klientem był raczej niezalecany lub ograniczany, udowodniła niemal we wszystkich segmentach gospodarki jak ważne są rozwiązania cyfrowe. Konsumenci, kiedy oferowało się im płatności bezgotówkowe czy zakupy w kasach samoobsługowych, tzw. kioskach odpowiadali na tę możliwość zdumiewająco ochoczo. Tymczasem przyszłość rozwoju handlu i sprzedaży detalicznej może ponownie skierować się ku tradycyjnemu modelowi: klient-sprzedawca.**

Branża stacji paliw nie są obce fundamentalne zmiany i ciągle innowacje. Przez dziesięciolecia kluczem do przetrwania było przystosowanie się do nowych okoliczności, dlatego zrobienie sobie przerwy od wprowadzania zmian obecnie już nie wchodzi w grę. Wręcz przeciwnie: nowa era cyfryzacji wpływa na każdy element nowoczesnego społeczeństwa, a wraz z nim na sposób, w jaki podróżujemy i korzystamy z usług handlowych.

Pandemia koronawirusa, która dotknęła niemal wszystkie gałęzie gospodarki bardzo wpłynęła też na rynek stacji paliw. Część operatorów zaczęła popularyzować dostępne rozwiązania płatności przy dystrybutorach, w mobilnych kioskach lub online, z pomocą szeregu aplikacji na smartfony. Początkowo wydawało się, że to właśnie w kierunku automatyzacji może skierować się rozwój stacji paliw. Całkiem realne jest to, że kierunek zmian będzie zupełnie inny.

Zamiast tworzyć w pełni zautomatyzowane, pełne udogodnień elektronicznych stacje tankowania, które zapew-



niają niewiele więcej niż dostarczanie paliwa, w przyszłości może pojawić się odwrotny rozwój idący w kierunku raczej kompleksowych usług, dzięki którym klient oprócz uzupełnienia paliwa czy energii elektrycznej zrealizuje na stacji także inne potrzeby związane z zakupami czy dostępem do usług. Będzie to szczególnie istotne w zmieniającym się krajobrazie rynkowym, w którym coraz częściej pojawiają się pojazdy elektryczne, które potrzebują punktów ładowania. W zależności od sposobu ładowania, uzupełnienie zapasu prądu w e-autach będzie wymagało czasu, a przyciągnięcie klientów

podjeżdżającymi ładowania będzie wymagało poinformowania ich i zapewnienia dostępu usług, z których można skorzystać w trakcie oczekiwania na zakończenie usługi ładowania. Nim nastąpi jednak etap zamiany z paliw tradycyjnych na prąd już teraz trzeba zacząć „zatrzymując” uwagę klienta, który odwiedza naszą stację paliw, a rozpocząć trzeba już przy dystrybutorze.

Stacja paliw czy w przyszłości ładowania będzie musiała przykuć uwagę klienta, poprowadzić go w kierunku nowych, kreatywnych usług, nawiązać z nim kontakt w sposób znacznie bardziej wyrafinowany niż dotychczas. Tradycyjne i obecne wszędzie pyłony cenowe i totemy stacji pozostaną ważne i będą służyć jako drogowskazy dla podróżnych i czytelna wizytówka lokalizacji stacji paliw, ale w ostatnich latach priorytety w reklamie przesuwają się w kierunku urządzeń cyfrowych. Obecnie wszystkie innowacje opierają się na nowych rozwiązaniach, ściśle koncentrując się na rozszerzeniu możliwości stacji paliw w celu nawiązania silniejszych relacji z klientami. Śledząc drogę, od wjazdu kierowcy na ►

# ZOSTAŃMY PARTNERAMI W BIZNESIE

**RAZEM MOŻEMY WIĘCEJ**

**ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY PRYWATNYCH WŁAŚCICIELI STACJI PALIW**

## **POLSKIE STACJE PALIW HUZAR TO:**

Niezależność, najwyższe standardy i uznanie naszych klientów, polski kapitał, rozpoznawalne logo i atrakcyjna wizualizacja, gotowe narzędzia marketingowe, szkolenia z profesjonalnej obsługi stacji paliw, wsparcie na każdym etapie działania stacji.

**JESTEŚMY DO TWOJEJ DYSPOZYCJI!**



**POLSKIE STACJE PALIW**

HUZAR PSP S.A.  
ul. Wiadukt 1, 09-400 Płock  
telefon: +48 24 366 10 01  
e-mail: huzar@huzar.eu

[www.huzar.eu](http://www.huzar.eu)



- ▶ stację paliw można wychwycić kilka miejsc, gdzie klient przebywa dłużej. Pierwszym „przystankiem” jest dystrybutor paliwowy, przy którym klient oczekuje na zatankowanie baku i tu sposobem, by przyciągnąć uwagę kierowcy są wyświetlacze premium, na których oprócz nazwy paliwa, ceny za litr etc. można emitować także dodatkowe informacje związane z paliwem, które aktualnie jest tankowane, promocją w przystacynym sklepie czy też innymi treściami reklamowymi.

Dostępne na polskim rynku rozwiązania pozwalają na wyświetlanie treści multimedialnych lub ich wygaszenie na dystrybutorze, który w danej chwili nie pracuje. W momencie, kiedy przed dystrybutorem pojawi się pojazd na ekranie mogą pojawić się inne treści, np. informacje o bezpieczeństwie, higienie czy zachęcające do skorzystania z promocji związanej z tankowaniem określonego gatunku paliwa

lub też reklama komercyjna. W trakcie tankowania klient może spoglądając na ekran zobaczyć np. ofertę powiązaną z paliwem, które aktualnie nalewa do baku lub promocją w przystacynym bistro czy sklepie. Dzięki ekranom multimedialnym na zakończenie tankowania można wyświetlić komunikat – informację i podziękowanie za zatankowanie na stacji paliw.

Serwisy i gadżety internetowe zdają się wygrywać walkę o klientów. Przechwyтую, prowadzą i utrzymują uwagę użytkowników w sposób, z którym statyczna komunikacja drukowana nie może konkurować. Ekran multimedialne zdają się podejmować wyzwanie w zakresie przyciągnięcia uwagi – dostarczając treści multimedialne, kolory i ruchome obrazy do miejsca, gdzie klient naturalnie kieruje swój wzrok, bowiem tankując zazwyczaj patrzy się na licznik dystrybutora, kontrolując np. sumę do zapłaty za paliwo czy liczbę zatankowanych litrów. Z perspektywy widzenia sprzedawców ekrany to z jednej strony dodatkowe możliwości sprzedaży, ale z drugiej także szansa na długoterminowe utrzymanie klientów.

Przyszłością komunikacji i marketingu w przestrzeni publicznej wydaje się być Digital Out of Home – lub w skrócie: DOOH. Zapewnia szybką, doskonale ukierunkowaną informację, komunikację i reklamę dokładnie tam, gdzie znajdują się klienci, odciągając grupę docelową od ich urządzeń na bardzo konkretną ofertę, często dostępną tu i teraz. DOOH przykuwa uwagę na określone towary czy miejsca w na stacji, w sklepie czy kawiarni i mogą towarzyszyć klientowi od momentu przyjazdu na stację, do chwili płacenia za towary czy usługi przy kasie. Ekran może być programowany indywidualnie, czyli wyświetlane na

nich treści można wgrać przy pomocy pendrive’a, albo też dzięki korzystaniu z aplikacji internetowych łatwo zmieniać treści jednym kliknięciem lub planować je z wyprzedzeniem na rok lub dłużej. Aktualizacje treści mogą zatem odbywać się w czasie rzeczywistym z dowolnego miejsca na świecie. Połączenie zaawansowanych technologicznie i inteligentnych rozwiązań tworzy bowiem podstawę dla przyszłej działalności biznesowej na rynku, który jest równie ekscytujący, co wymagający.

Polskim dostawcą dystrybutorów z ekranami multimedialnymi Multimedia Tokheim jest firma TSG Polska. Magdalena Malek, KeyAccount Manager podkreśla, że ekrany mają potwierdzoną skuteczność i z przeprowadzonych ankiet wynika, że dzięki zastosowaniu ekranów zanotowano 6 proc. wzrost sprzedaży w wyniku promocji w sklepie, 9 proc. wzrost sprzedaży w wyniku reklamy na pistoletach, 11 proc. wzrost sprzedaży w wyniku reklam na zewnątrz sklepu oraz 75 proc. wzrost sprzedaży w wyniku reklam wyświetlanych na ekranach multimedialnych\*.

Rozwiązania multimedialne oprócz tego, że realnie przyczyniają się do zwiększania przychodów ze sprzedaży zarówno paliwa jak również asortymentu sklepowego, to bez wątpienia też ułatwiają dotarcie do klienta z interesującą promocją. Nowoczesne monitory to także okazja do wyeliminowania kosztów drukowania jednorazowych promocji i uporządkowanie przestrzeni reklamowej na stacji. Na koniec, powracając do tezy z początku artykułu, że stacje paliw muszą nadążać za zmianami rynkowymi warto pamiętać, że nowoczesna stacja wyposażona atrakcyjny sprzęt to szansa na wyróżnienie się ofertą na tle konkurencji i tego jakże dynamicznie zmieniającego się rynku.

\*) Źródło: McNairsIngenuity – Wyniki na podstawie badań 300 klientów w Australii

# Nasze drogie paliwa

Grzegorz Maziak

W ostatnich miesiącach notowania paliw w Polsce biły historyczne rekordy i na początku wakacji detaliczne ceny 95-oktanowej benzyny i oleju napędowego zbliżyły się do poziomu 8 złotych za litr. Skąd wziął się te podwyżki i czy ich skala była w pełni uzasadniona sytuacją na rynkach międzynarodowych?

Rosyjska agresja na Ukrainę, która rozpoczęła się w ostatnich dniach lutego, dla rynku naftowego była kolejnym szokiem, po pandemii koronawirusa, na przestrzeni zaledwie dwóch lat. Tym razem jednak notowania ropy Brent ruszyły nie w dół, a w górę i na początku marca zbliżyły się do rekordów wszechczasów z 2009 roku, ustanawiając tegoroczne maksimum cenowe na poziomie 139,03 USD/bbl. Wzrost cen napędzały obawy o stabilność dostaw z Rosji, które nałożyły się na wzrost popytu na paliwa związany z popandemicznym odbiciem w globalnej gospodarce.

Choć cena ropy Brent w tym roku nie wspięła się ponad historyczny szczyt, to jej wycena w złotówkach była rekordowo wysoka. To dlatego, że w Polsce mieliśmy do czynienia z bardzo niekorzystnym dla konsumentów paliw połąc-

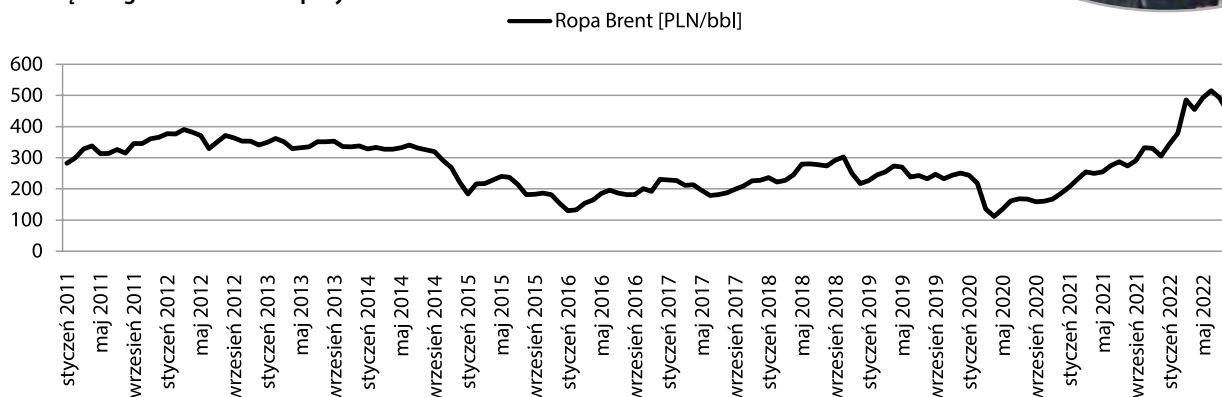
zeniem dwóch tendencji – rosnących notowań surowca i osłabienia złotówki. W efekcie tych zmian w czerwcu br. baryłka ropy Brent kosztowała średnio ponad 500 złotych – to blisko dwa razy więcej niż w 2009 r. i ponad 100 złotych powyżej dotychczasowego rekordu notowań z marca 2012 r.

Jednak nawet wysoka cena ropy w złotówkach nie tłumaczy w pełni skali zmian cen przy dystrybutorach. Z perspektyw kierowców jeszcze większym problemem było oderwanie się cen paliw gotowych od notowań surowca. Produkty naftowe od wybuch wojny w Ukrainie drożały dużo szybciej niż sama ropa, przez co skala podwyżek na stacjach była bezprecedensowa. Marże rafinerijne zaczęły rosnać jeszcze w 2021 r., w związku z niedoborem globalnych mocy przerobu ropy. Według szacunków Międzynarodo-

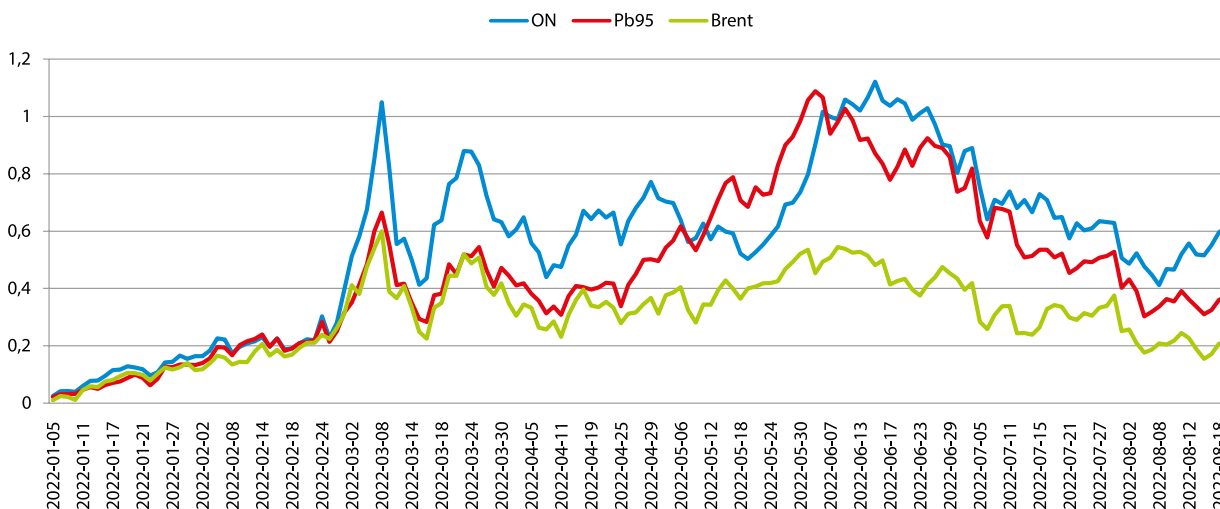
wej Agencji Energetycznej w 2021 r., pierwszy raz od 30 lat, zanotowano spadek mocy rafinerijnych na świecie. Po rosyjskiej agresji na Ukrainę doszło do wyraźnego przyspieszenia



**Wykres 1. Średnia miesięczna cena baryłki ropy Brent w PLN wg średniego miesięcznego kursu NBP dla pary USD/PLN**



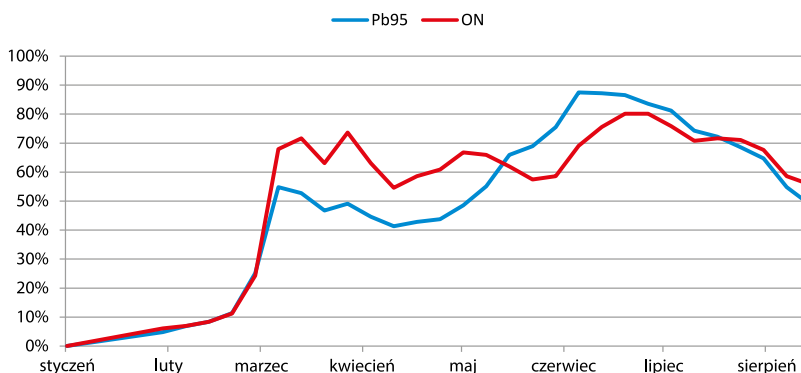
**Wykres 2. Procentowa zmian cen paliw CIF ARA i notowań ropy Brent w okresie styczeń-sierpień 2022 r.**



► tego wzrostu, co było szczególnie odczuwalne w przypadku oleju napędowego. W tej trudnej sytuacji chaos na rynku paliw pogłębiały jeszcze ograniczenia w eksporcie produktów naftowych nałożone przez Chiny, które jako jedyne dysponowały wolnymi mocami przerobowymi mogącymi zażegnać kryzys.

Powyższy wykres dobrze ilustruje dynamikę zmian na europejskim rynku paliw, gdzie okresowo olej napędowy kosztował nawet dwukrotnie więcej niż na początku roku, a w przypadku ropy naftowej wzrost notowań nie przekraczał 60 procent. Skala wzrostu jest szczególnie widoczna właśnie w przypadku diesla, bo Europa jest

**Wykres 3. Procentowa zmiana cen w Polsce w okresie styczeń-sierpień 2022 r. Detaliczne ceny 95-oktanowej benzyny i oleju napędowego pomniejszone o VAT, akcyzę i opłatę paliwową**



w dużej mierze zależna od importu tego paliwa z Rosji. Według szacunków firmy Vortexa, w ostatnich dwóch latach ponad 55 procent sprowadzanego na Stary Kontynent oleju napędowego pochodziło z tego kierunku, a wśród krajów Unii Europejskiej najmocniej od rosyjskiego importu uzależnione były Niemcy i Polska.

Przy tak dużej dynamice zmian notowań produktów naftowych na giełdach w Europie, na krajowym rynku musieliśmy zobaczyć skokowy wzrost cen na stacjach. Już w dwa tygodnie po rosyjskiej agresji na Ukrainę detaliczne ceny oleju napędowego przekro-

czyły poziom 7 złotych za liter, a 95-oktanowa benzyna tę barierę pokonała w pierwszej połowie maja. Najwyższe ceny na stacjach zanotowaliśmy u progu wakacji, kiedy zbliżyły się do ośmiu złotych poziomów.

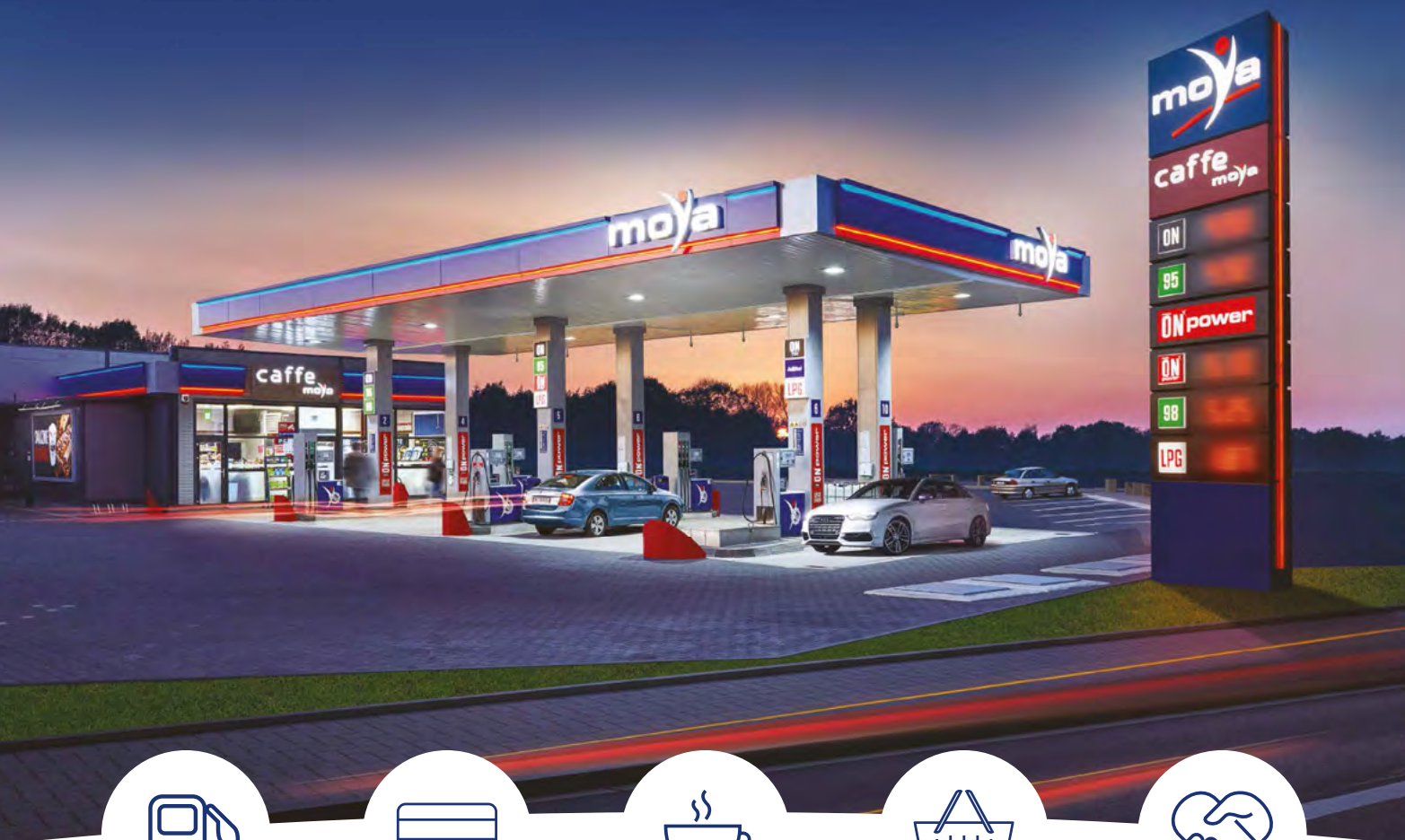
Jak widać skala podwyżek w Polsce była nieco niższa niż ta, z jaką mieliśmy do czynienia na giełdach w Europie, ale to nie był główny czynnik, który stał się przyczyną tego, że ceny paliw na naszych stacjach należą do najniższych w Europie. Niskie koszty tankowania kierowcy zawdzięczają przede wszystkim obniżce obciążeń podatkowych – głównie zredukowanym do 8 proc. stawkom VAT.



fot. prostoooleh na Freepik

# MOYA.

## Więcej niż dobre paliwa.



**Najwyższej jakości**  
paliwa



Program dla klientów biznesowych  
**MOYA Firma**



Koncept kawiarniano-gastronomiczny  
**Caffe MOYA**



Dobrze zaopatrzone **sklepy convenience**



Partnerska **współpraca biznesowa**

[www.moyastacja.pl](http://www.moyastacja.pl)

Zeskanuj QR Code  
i zobacz wszystkie  
nasze lokalizacje!



# Rozkosz na stacyjnych półkach. Wino na polskich stacjach benzynowych

Jakub Bogucki

Wiele preferencji konsumpcyjnych Polaków zmieniało się w ostatnich kilkunastu latach bardzo zdecydowanie. Nie sposób tego nie dostrzec, zwłaszcza obserwując ofertę gastronomiczną stacji paliw, które miały swój udział w popularyzacji nowego typu przekąsek czy obyczaju picia kawy poza domem. Te zmiany powoli dochodzą także do specyficznego segmentu sprzedaży – alkoholu.

Z racji specyfiki funkcjonowania stacji paliw (długie godziny otwarcia, działanie także w dni wolne) zmiany konsumenckich przyzwyczajzeń mają znaczenie także w sprzedaży alkoholu. To ważny element marży stacjoników, a jednocześnie często produkt poszukiwany przez klientów niezmotoryzowanych. Wydaje się, że sprzedaż piwa i mocnych alkoholi stanowi dzisiaj niemal oczywisty element oferty stacyjnej. Nieco dalej na liście popularnych artykułów znajdowało się wino. Czy możliwe, że ten trend będzie ulegał zmianie? Mamy już przesłanki, że tak będzie.

Bela Hamvas, węgierski eseista zanotował niegdyś w swojej niezwyklej pracy „Filozofia wina”: z moich licznych peregrynacji wynika niezbicie, że świat dzieli się na kraje wina i wódki, a zatem istnieją również narody wina i wódki. Narody wina są genialne, narody wódki, jeśli nawet nie wszystkie są ateistyczne, to generalnie skłaniają się do bałwochwalstwa. Wielkie nacje wina to Grecy, Dalmatynowie, Hiszpanie, Etruskowie oraz miesz-

kańcy krajów wybitnie stworzonych do winorośli: Włosi, Francuzi, Węgrzy. Te narody rzadko mają ambicje zmierzające do zbawiania świata czy wpływania na losy dziejów za pomocą karabinu lub pałki. Bo wino chroni przed takimi zakusami. Ta diagnoza chyba z czasem traci na aktualności, bowiem wino zaczyna być coraz częściej elementem oferty sprzedażowej na stacjach paliw.

Jak wyglądają winne preferencje Polaków? Okazuje się, że wyprzedza ono jako wybór konsumencki na poziomie 25 proc. alkohole wysokoprocentowe. - Nastawienie do kategorii wina jest ogólnie bardzo pozytywne, a pijący wykazują większą elastyczność i ekspansję, wraz z dociekliwą chęcią poszerzenia swojej wiedzy na temat kategorii. Wskaźniki zaangażowania w wino rosną, a prawie połowa osób pijących wino twierdzi, że wino jest „ważne dla ich stylu życia”, w porównaniu z jedną trzecią w 2015 roku – podaje Wine



Intelligence 2021<sup>1</sup>. Z kolei według danych Nielsen z sierpnia 2019 r. Polacy wydali w ubiegłym roku 185,4 mld zł na zakupy produktów FMCG, z czego jedna piąta przypadła na alkohol (36 mld zł). W ciągu 12 miesięcy polscy klienci zwiększyli swoje wydatki na alkohol o 6,4 proc. Wolumenowa sprzedaż wina rośnie szybciej niż w przypadku wódki i piwa<sup>2</sup>.

Popularność wina powoduje, że staje się ono artykułem, o który coraz więcej stacji decyduje się wzbogacić swoją stacijną ofertę. Przykładem może być tutaj decyzja z października 2018 roku – wtedy to firma Jantoń dystrybuująca wino podjęła współpracę z popularnym prezerem kulinarnym Robertem Makłowiczem i jego synem Mikołajem – sommelierem, o przejęciu działalności operacyjnej marek

Wino Makłowicz oraz Selekcja Makłowicz. Wina dobrane przez Makłowiczów już w 2017 roku pojawiały się na specjalnych stojakach na niektórych obiektach sieci BP, a współpraca ta po umowie z firmą Jantoń ma ulec pogłębieniu.

Specjalne kąciki i stojaki ze zróżnicowaną ofertą winiarską m.in. na stacjach Amic czy Shell przedstawia także Faktoria Win. Na stronie dystrybutora przeczytać możemy: *- Pierwszy z naszych sklepów powstał w 2013 roku, a w 2019 roku świętowaliśmy naszą obecność już w 5000 punktach na mapie Polski! Pracuje-*

*my z najbardziej znanymi winnicami na świecie, jak Frescobaldi, Kressmann, Prinz von Hessen – a w wybór win angażujemy całą pasję i doświadczenie naszego zespołu. Oferta Faktorii Win kierowana jest nie tylko do stacji paliw, ale także m.in. do sklepów, aczkolwiek wejście do sklepów popularnych sieci stacyjnych z pewnością poszerza możliwość dotarcia do kolejnych grup docelowych dla branży winiarskiej.*

W 2019 roku z inicjatywą nowego konceptu handlowego wystartował także Anwim, na którego wybranych stacjach pojawiły się wina wyselekcjonowane pod szyldem MOYA Winnica. Sieć reklamuje je jako *wina wybrane do smakowania przy posiłkach (kulinaria), podczas romantycznych wieczorów (we dwoje), przy okazji spotkań z przyjaciółmi (spotkania) oraz takie, które można podarować drugiej osobie (upominki).*

*Każda z półek oznaczona będzie specjalną etykietą, dzięki której podejmowane wybory będą trafione.*

Winiarskie pomysły nie należą jeszcze do głównego nurtu produktów, które urozmaicają ofertę stacji paliw, jednak z całą pewnością ostatnie kilka lat to czas, kiedy obecność na tego typu obiektach najszlachetniejszego z trunków znacząco się poszerzyła. Wprawdzie trudno oczekiwać, aby stacje stały się punktem sprzedaży najbardziej markowych (i co za tym idzie – najdroższych) win, jednak z całą pewnością selekcja produktów o umiarkowanych cenach może stanowić jeszcze jeden trafny krok w przechodzeniu stacji od obiektów dla zmotoryzowanych do nowoczesnych convenience store'ów. Zapewne ta tendencja nie ulegnie zmianie w kolejnych latach.

1) [wineintelligence.com/polands-wine-market-has-demographics-on-its-side/](https://wineintelligence.com/polands-wine-market-has-demographics-on-its-side/)

2) <https://www.agroberichtenbuitenland.nl/actueel/nieuws/2020/01/15/trends-on-the-wine-market-in-poland>

Fot. Photo Mix  
z Pixabay

## Plany rozwojowe GreenWay: 1,5 tys. punktów ładowania w 4 lata

GreenWay Polska zainwestuje w rozwój sieci ładowania 330 milionów złotych do 2026 roku. Dla kierowców elektryków oznacza to półtora tysiąca nowych punktów ładowania, które pojawią się na mapie Polski w niecałe cztery lata. Jeszcze do końca tego roku GreenWay Polska włączy do sieci 120 punktów ładowania oraz wymieni 60 stacji na mocniejsze.

W lutym 2022 roku GreenWay ogłosił otrzymanie wsparcia finansowego w wysokości 85 milionów Euro od nowych i obecnych inwestorów. Efektem tej najwyższej w regionie Europy Środkowo-Wschodniej rundy inwestycyjnej są nowe, opiewające na 330 milionów złotych plany GreenWay Polska dotyczące rozwoju sieci ładowania samochodów elektrycznych na kolejne lata.

– mówi Rafał Czyżewski, Prezes GreenWay Polska. - *Nauczeni dotychczasowymi doświadczeniami w zakresie potrzeb kierowców, w naszych planach rozwojowych uwzględniliśmy także huby ładowania, czyli miejsca, w których elektromobility będą mieli do swojej dyspozycji co najmniej kilka punktów ładowania. Kilka tego typu obiektów mamy już uruchomionych, w przygotowaniu jest kilkadziesiąt kolejnych.*

### 150 kW „w standardzie”

Do 2026 roku GreenWay Polska wybuduje 825 stacji ładowania dysponujących 1,5 tys. punktami ładowania samochodów, z czego 70 stacji (120 punktów) powstanie jeszcze w tym roku. Plany te obejmują wyłącznie stacje własne, czyli te wybudowane i należące do spółki. GreenWay Polska szacuje, że równoległe podłączy do sieci kolejnych kilkaset stacji partnerskich.

Również w tym roku, GreenWay Polska wymieni 60 stacji ładowania o mocy 50 kW na urządzenia o znacznie większej mocy. Większość nowych stacji instalowanych w publicznej sieci GreenWay będzie dysponowała mocą 150 kW, a tam, gdzie będą takie możliwości, mocą 200 kW. Jedynym wyjątkiem mogą być lokalizacje, gdzie nie ma możliwości instalowania ładowarek o takiej mocy ze względu na infrastrukturę energetyczną.

- *Stacje ładowania o mocy 150 kW są obecnie naszym standardem dla nowych inwestycji, choć przewidujemy także instalowanie stacji o mocy 200 kW w wybranych lokalizacjach.*

### Pierwszy wybór dla biznesu

Równoległe do rozbudowy publicznej sieci ładowania, GreenWay rozwija usługi dla biznesu z zakresu elektromobilności. Oferta obejmuje zarówno dostawę stacji ładowania, jak również usługi w zakresie projektowania i instalacji tego typu infrastruktury. Ważnym jej elementem są opracowane przez specjalistów GreenWay rozwiązania w zakresie zarządzania energią stosowane w tych lokalizacjach, gdzie występują niewystarczające moce przyłączeniowe

- *Rynek rośnie i dojrzeje, a polskie firmy coraz częściej decydują się na elektryfikację floty. Oznacza to zupełnie nowe potrzeby biznesu – komentuje Rafał Czyżewski. - Rozwiniemy swą działalność usługową w obszarze elektromobilności, zapewniając firmom kompleksowe wsparcie w tej transformacji. Pośilkujemy się w tym zakresie doświadczeniami zdobytymi przy budowie naszej sieci. Obecnie jest to najszybciej rozwijająca się część naszego biznesu.*



## Wysoki poziom obsługi klienta

Od momentu rozpoczęcia działalności GreenWay mocno rozwijał procedury i systemy obsługi klienta. Dzięki temu spółka jest bardzo wysoko oceniana przez klientów, co znajduje potwierdzenie w badaniach satysfakcji. Jest to efektem pracy ponad 17 osobowego zespołu Call Center.

Zadowolenie klientów to także odpowiednie narzędzia informatyczne. Własny zespół informatyków w GreenWay, liczący prawie 20 osób, stale rozwija te systemy. W ostatnim czasie spółka uruchomiła nową, własną aplikację mobilną, która istotnie poprawiła funkcjonalności związane z obsługą ładowarek przez klientów.

## Rozwój potencjału w zakresie serwisu stacji

Obok kompleksowego wsparcia dla firm przy inwestycji i budowie w infrastrukturę ładowania, kolejnym szybko rosnącym obszarem działalności GreenWay jest serwis stacji, czyli usługi świadczone firmom, które taką infrastrukturę

posiadają lub są jej producentami. W związku z tym GreenWay intensywnie rozwija własne struktury serwisu, które obecnie zlokalizowane są w Gdyni, Warszawie, Łodzi i Sosnowcu. Łącznie zespół ten liczy już 20 osób i ma być istotnie rozbudowany w 2023 roku.

*- Dzięki naszym własnym służbom serwisowym jesteśmy nie tylko w stanie zapewnić efektywną i szybką realizację projektów dla naszych klientów biznesowych, ale także podejmować szybkie działania w sytuacji awarii w naszej własnej sieci ładowania – konkluduje Rafał Czyżewski.*

## Lider usług ładowania w Polsce

W sieci GreenWay zarejestrowanych jest aktualnie blisko 50 tys. kierowców, którzy pobierają miesięcznie już ponad 850 tys. kWh energii. Sieć spółki w Polsce liczy 910 punktów ładowania zainstalowanych w 460 stacjach, z czego 450 punktów pozwala na szybkie ładowanie prądem DC. Łącznie ze stacjami na Słowacji sieć spółki to razem 1.250 punktów. Dzięki tak rozbudowanej infrastrukturze, kierowcy samochodów elektrycznych mogą swobodnie przemieszczać się po kraju, a partnerzy biznesowi spółki efektywnie ładować floty pojazdów elektrycznych. ■

# Czy w myjniach na żetony należy instalować kasy fiskalne przy stanowiskach myjni?

Od 1 lipca wchodzi obowiązek fiskalizacji na myjniach bezobsługowych i automatycznych. Jestem współwłaścicielem myjni bezobsługowej przy stacji paliw. Myjnia działa na żetony, które są sprzedawane na stacji a sprzedaż tych żetonów jest fiskalizowana w momencie ich zakupu. Czy mam obowiązek instalowania kasy fiskalnej na stanowiskach myjni skoro sprzedaż tych żetonów jest już fiskalizowana na stacji? Myjnia działa tylko na żetony, które sprzedajemy, nie przyjmuje monet, banknotów i płatności kartą.

Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 22 grudnia 2021 r. w sprawie zwolnień z obowiązku prowadzenia ewidencji sprzedaży przy zastosowaniu kas rejestrujących (Dz. U. 2021 r. poz. 2442; dalej: „Rozporządzenie”) usługi mycia, czyszczenia samochodów i podobnych usług (PKWiU 45.20.30.0), w tym przy użyciu urządzeń obsługiwanych przez klienta, które w systemie bezobsługowym przyjmują należność w bilonie lub banknotach, lub innej formie (bezgotówkowej) od 1 lipca 2022 r. muszą być ewidencjonowane na kasie fiskalnej.

W myśl art. 2 pkt 45 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2022 r. poz. 931; dalej: „ustawa o VAT”) przez bono jednego przeznaczenia rozumie się bono, w przypadku którego miejsce dostawy towarów lub świadczenia usług, których bono dotyczy oraz kwota należnego podatku, podatku od wartości dodanej lub podatku o podobnym charakterze z tytułu dostawy tych towarów lub świadczenia tych usług są znane w chwili emisji tego bono. W przypadku bono jednego przeznaczenia

w chwili emisji znane jest miejsce dostawy towarów lub świadczenia usług oraz VAT należny z tytułu tych towarów lub usług.

Zgodnie z art. 8a ust. 1 ustawy o VAT transfer bono jednego przeznaczenia dokonany przez podatnika działającego we własnym imieniu uznaje się za dostawę towarów lub świadczenie usług, których ten bono dotyczy. W konsekwencji, emitent bono jednego przeznaczenia przy pierwszym wprowadzeniu bono do obrotu ma obowiązek odprowadzenia podatku VAT, tak jakby objęte nim towary czy usługi zostały dostarczone lub wykonane.

Stosownie do art. 19a ust. 1a ustawy o VAT w takich przypadkach obowiązek podatkowy powstaje z chwilą dokonania transferu bono jednego przeznaczenia.

Jak wynika z przedstawionego stanu faktycznego, myjnia bezobsługowa działa przy stacji paliw. Myjnia działa wyłącznie na żetony (nie przyjmuje bilonu, gotówki, płatności kartą ani

innych form bezgotówkowych), które można kupić na stacji paliw. Sprzedaż tych żetonów jest ewidencjonowana na kasie fiskalnej w momencie ich zakupu. W związku z powyższymi przepisami żetony można uznać za bono jednego przeznaczenia.

Wpłaty za żetony są zapłatą z góry za usługę mycia i podlegają opodatkowaniu podatkiem VAT w momencie ich otrzymania. Wtedy też wystawiana jest faktura lub paragon. W konsekwencji, w sytuacji opisanej powyżej, nie ma obowiązku instalowania kasy fiskalnej na stanowiskach myjni samochodowej, skoro zakup żetonów używanych na myjni został już wcześniej sfiskalizowany na kasie na stacji paliw.

**Uwaga!** Ministerstwo Finansów 23 maja br. poinformowało, że w związku z trudnościami z instalacją urządzeń fiskalnych obowiązek fiskalizacji na myjniach zostanie przesunięty o trzy miesiące – z 1 lipca 2022 r. na 1 października 2022 r. Termin ten nie będzie dalej przedłużany. Z projektem rozporządzenia odraczającego termin obowiązkowego stosowania kas rejestrujących w myjniach samochodowych może zapoznać się Państwo na stronie Rządowego Centrum Legislacji Projekt (rcl.gov.pl).

**Opracowanie:**  
**Cabaj Kotala**  
**Doradztwo Podatkowe Sp. z o.o.**  
**ul. Emilii Plater 28**  
**00-688 Warszawa**  
**www.cabajkotala.com**

# Skutki obecności nietypowych substancji organicznych w oleju napędowym z dodatkiem biokomponentu

Handlowy olej napędowy w Polsce podlega systematycznej ocenie pod względem spełnienia wymagań aktualnej specyfikacji PN-EN 590+A1:2017-06. Zapisane we wspomianej normie wymagania dla parametrów takich jak między innymi: skład frakcyjny, temperatura zapłonu, gęstość, zawartość siarki, czy też zawartość wielopierścieniowych węglowodorów aromatycznych (WWA), dają możliwość kontroli jakości tego paliwa w standardowym zakresie.

Pomimo spełnienia wymagań wszystkich normowanych parametrów, olej napędowy może być jednak źródłem problemów związanych z osadotwórczością i stabilnością oksydacyjną w systemie logistycznym oleju napędowego i estrów metylowych kwasów tłuszczowych (FAME) oraz podczas spalania go w silniku o zapłonie samoczynnym (ZS).

Związane jest to z faktem, że w oleju napędowym mogą być również obecne związki organiczne wprowadzane do ON wraz z biokomponentem FAME. W badaniach wykonanych w ostatnich latach z zastosowaniem zaawansowanej aparatury badawczej w oleju napędowym zidentyfikowano zarówno w ON, jak i w biokomponencie FAME szereg związków organicznych. Wykryto tokoferole, będące naturalnymi przeciwutleniaczami oraz barwniki roślinne, które mogą mieć związek ze stabilnością oksydacyjną paliwa. Wykryte wolne glukozydy steroli, dimery



FAME oraz spolimeryzowane triacyloglicerole mogą mieć z kolei wpływ na problemy związane z powstawaniem osadów. Obecność wymienionych substancji w oleju napędowym z dodatkiem biokomponentu FAME wynika z natury chemicznej surowca pochodzenia biologicznego, z którego wytwarzane jest FAME oraz z procesów degradacji FAME.

Z uwagi na stosowanie przez producentów różnych surowców i procesów technologicznych otrzymywania bio-

komponentu FAME, ocena zawartości wyżej wspomnianych, nienormowanych, nietypowych substancji jest wysoce wskazana, w celu zapobiegania występowania problemów z osadotwórczością i stabilnością oksydacyjną wytwarzanego ON i zapewnienia bezpiecznej logistyki i eksploatacji tego paliwa.

**Autor: Zygmunt Burnus  
Instytut Nafty i Gazu  
– Państwowy Instytut Badawczy**

# Samoobsługowe stacje paliw – alternatywa nie tylko dla oszczędnych

Paweł Grzywaczewski,  
członek zarządu Anwim SA

**AUTOMATYZACJA SPRZEDAŻY JEST TREND, KTÓRY W SEKTORZE HANDLU DETALICZNEGO BĘDIE W NAJBLIŻSZYCH LATACH CORAZ SILNIEJSZY. KLIENTY BIEŻĄCE ZAKUPY CHCĄ ROBIĆ BLISKO DOMU, SZYBKO, LECZ TAKŻE BEZPIECZNIE I NIEDROGO. WSZYSTKIE TE WYMAGI SPEŁNIAJĄ SAMOOBŚLUGOWE STACJE MOYA EXPRESS, KTÓRE JUŻ OD DWÓCH LAT Z POWODZENIEM FUNKCJONUJĄ NA RYNKU.**

## Rewolucja na rynkach

Na przestrzeni ostatnich dwóch lat świat przeszedł swoistą rewolucję przyzwyczajęń i zachowań zakupowych wśród konsumentów. Najpierw pandemia, a następnie wojna na Ukrainie niezwykle rozchwiały i destabilizowały światowe gospodarki. Zjawiska te także uwypukliły pewne trendy i przyspieszyły zmiany, również w branży paliwowej. Przede wszystkim klienci zrezygnowali z wielkopowierzchniowych sklepów na rzecz formatu convenience. Konsumenty chcą kupować w mniejszych ilościach, częściej i przede wszystkim blisko domu.

Inną tendencją, która wzmocniła się w wyniku pandemii jest większa potrzeba dotycząca bezpieczeństwa zakupów i pełnego komfortu klienta.

Z punktu widzenia branży, istotne jest dziś szukanie oszczędności w procesie obsługi klientów. Widać to doskonale w determinacji z jaką niemal wszystkie sieci handlowe wprowadzają kasy samoobsługowe, co pozwala połączyć podnoszenie komfortu klienta (nie musi ścisnąć się w kolejkach do kasy) z redukcją kosztów personelu potrzebnego do obsługi. Zestawiając powyższe trendy z obecnym od wielu lat szybkim trybem życia Polaków, sieć

stacji paliw MOYA dostosowuje się do potrzeb konsumentów poprzez rozbudowę sklepów convenience przy stacjach konwencjonalnych oraz rozwój sieci punktów samoobsługowych MOYA Express.

## Sieć wielkich możliwości

MOYA jest dziś najszybciej rozwijającą się siecią stacji paliw w Polsce. Składa się z niemal 400 obiektów, które rozlokowane są na terenie całego kraju. Ta dynamika rozwoju w najbliższym czasie się nie zmniejszy, ponieważ



strategia zakłada, że do końca 2024 r. w niebiesko-czerwonych barwach będzie funkcjonowało minimum 500 stacji paliw.

Warto również zaznaczyć, że MOYA to jedyna w Polsce sieć stacji paliw, w której funkcjonują trzy typy stacji. Pierwszy typ to obiekty konwencjonalne, posiadające obsługę, przystajenne sklepy oraz koncept gastronomiczny Caffè MOYA. Drugi to automaty wyłącznie dla flot, a trzeci to wreszcie stacje samoobsługowe typu MOYA express, które świetnie uzupełniają ofertę zarówno dla klientów indywidualnych, jak i biznesowych.

## Stacje samoobsługowe – dla konsumentów i flot

Stacje samoobsługowe w sieci MOYA zadebiutowały w 2020 r., kiedy miała miejsce akwizycja 30 stacji eMILA od spółki BM Reflex. Jest to format stacji, w którym, dzięki brakowi kosztów obsługi, personelu, możemy zaoferować niższe ceny. Stacje tego typu szczególnie znaczenie miały w dobie pandemii, kiedy ludzie cenili możliwość zatankowania pojazdu i rozliczenia w kasie automatycznej, bez konieczności wchodzenia do budynku stacji. Samodzielna obsługa na MOYA Express jest prosta i intuicyjna. Użytkownik, dzięki inteligentnemu oprogramowaniu na słupkach tankujących, prowadzony jest krok po kroku. Oczywiście, w przypadku pytań lub wątpliwości, klient może skontaktować się z kompetentną infolinią bądź skorzystać z pomocy dyżurnego stacji, który obecny jest w punkcie w ustalonych godzinach. Stacje samoobsługowe są ulokowane w atrakcyjnych miejscach. Ponieważ nie zajmują dużej powierzchni, często znajdują się w centrach dużych miast czy centrach handlowych. Jest to również istotne ze względu na obsługę klientów flotowych. Rozwijając sieć stacji paliw

MOYA nie skupiamy się wyłącznie na zwiększaniu liczby obiektów działających pod naszą marką. Szukamy nowych rozwiązań, udogodnień i innowacji, które docenią klienci stacji paliw.

Po przeszło dwóch latach od przejścia sieci eMILA uznajemy, że wprowadzenie do sieci MOYA formatu samoobsługowego było dobrą decyzją, a stacje MOYA express spotkały się z pozytywnym przyjęciem przez klientów. Z kolei fakt, że większość sieci handlowych obecnych w Polsce kładzie dziś mocny nacisk na samoobsługę procesu zakupu towarów, sprawia, że stacje samoobsługowe niejako korzystają na tym przy okazji. Dlatego uważamy, że ta kategoria stacji ma przed sobą bardzo dobre perspektywy rynkowe.

Obecnie w sieci MOYA funkcjonuje ok. 40 stacji MOYA express. Nie ustajemy w rozwoju tej kategorii stacji paliw – sukcesywnie będą pojawiały się kolejne obiekty tego typu. Mamy także plany rozszerzenia sprzedaży o produkty pozapaliwowe. Uważamy, że rozwój wszystkich trzech segmentów zapewni nam odpowiedni bilans i stanowić będzie o przewadze nad konkurencją.

Jeżeli chodzi o automatyzację sprzedaży, to warto wspomnieć także, że pracujemy nad aplikacją mobilną dla konsumentów, dzięki której będą mogli opłacić bezgotówkowo paliwa przy dystrybutorze oraz dokonać szybszych transakcji za zakup obejmowanych dodatkowymi promocjami produktów pozapaliwowych. Aplikację mobilną planujemy oddać do użytkowania jeszcze w tym roku.

## Automaty flotowe

W sieci MOYA dysponujemy także 22 stacjami automatycznymi, które skierowane są wyłącznie do klientów flotowych. Wyróżniają się one brakiem obsługi kasowej i sprzedaży detalicznej, dzięki czemu kierowca może w krótkim czasie zatankować pali-

wo, uzupełnić AdBlue i zapłacić kartą MOYA Firma na zewnętrznym słupku autoryzacyjnym bez konieczności czekania w kolejce do kas.

Należy podkreślić, że otwierane są kolejne stacje automatyczne. Lokalizowane są one zarówno w dużych aglomeracjach miejskich, jak i przy ważnych szlakach transportowych – w miejscach strategicznych z punktu widzenia krajowej i międzynarodowej logistyki.

Rozwijając sieć stacji paliw MOYA staramy się na bieżąco wpisywać się w trendy rynkowe i oczekiwania klientów. Dzięki dywersyfikacji oferty i wsłuchiowaniu się w potrzeby klientów oraz sytuację na rynkach notujemy nieustannie wzrosty sprzedaży i z powodzeniem zwiększamy liczbę stacji paliw we wszystkich trzech formatach.

## Sieć stacji paliw MOYA

Stacje paliw MOYA obecne są we wszystkich województwach przy głównych trasach tranzytowych, drogach lokalnych i w miastach. Oferują najwyższej jakości paliwa: benzynę 95, 98, LPG oraz olej napędowy w wersji standardowej oraz premium – ON MOYA Power. Kierowcy pojazdów ciężarowych i dostawczych mają do dyspozycji dystrybutory zapewniające szybkie tankowanie paliw oraz dostęp do coraz popularniejszego płynu AdBlue. Część stacji MOYA wyposażona jest dodatkowo w parkingi dla samochodów ciężarowych, myjnie, kompresory czy odkurzacze. Stacje działające w ramach sieci spełniają najwyższe standardy obsługi i jakości. Gwarancją jakości paliw na stacjach w barwach MOYA jest niezależny program badania paliw – TankQ. MOYA jest najszybciej rosnącą siecią stacji paliw w Polsce.

# Fiat 500e RED – elektryczny, ale z duszą

Piotr Majka (Test Auto)

Fiat swoją elektryfikację modeli osobowych rozpoczął od najmniejszego modelu czyli 500. Właściwie nosi on teraz nazwę 500e, co podkreślać ma, że mamy do czynienia z autem elektrycznym. Chociaż dokonano sporych zmian, nadal mamy do czynienia z bryłą, którą znamy już od 2007 roku. Czy to wystarczy aby podbić na nowo serca klientów, tylko w formie elektrycznej?

Pomimo tego, że forma auta jest niemal identyczna co ta sprzed kilkunastu lat, to zmiany stylistyczne jakich dokonano znacząco odświeżyły Fiata 500e. Linia modelu jest ponadczasowa i cały czas wzoruje się na klasycznej pięćsetce, jednak Fiat dodał tu liczne aspekty podkreślające bardziej nowoczesny charakter. To co rzuci nam się w oczy przede wszystkim, to nowe lampy z przodu i tyłu auta. Z przodu światła do jazdy dziennej LED są teraz w kształcie pierścienia, a klosz reflektorów zaprojektowano tak, że wygląda jakby 500e miało przymrużone oczy z powiekami u góry.

Zmianie uległ też cały przedni grill wraz z dolną częścią zderzaka. Jest bardziej pionowy, a na środku króluje spore logo 500. Kierunkowskaz boczny jest teraz umieszczony wyżej i ma bardziej finezyjny kształt, stylizowany na model z lat 50-tych. Zmianie uległy również tylne światła, a ponieważ umieszczono je nieco szerzej, udało się nieznacznie powiększyć otwór bagażnika. Felgi aluminiowe w rozmiarze 16 cali wymagają dopłaty 2000 złotych, w standardzie są 15 calowe felgi stalowe z kołpakami.

Widać, że Włosi przywiązują sporą uwagę do detali. Bo czy może być coś bardziej charakterystycznego we wło-

skiej motoryzacji jak Fiat 500? Testowany egzemplarz to wersja specjalna przy współpracy z marką (RED). Obie marki działają wspólnie w celu ochrony planety i jej mieszkańców. Auto otrzymało więc czerwony lakier, razem z czerwonymi emblematami, czarne felgi i czerwone akcenty we wnętrzu jak listwa deski rozdzielczej czy fotel kierowcy pokryty czerwonym materiałem. Można również wybrać opcję ze wszystkimi czarnymi fotelami.

Wnętrze również różni się od tego, które znamy z odmian spalinowych. Lakerowana na kolor czerwony, zaokrąglona listwa jest umieszczona w górnej części deski rozdzielczej, a pod nią znalazł się pas z nawiewami. Ponieważ w wersji elektrycznej nie potrzeba klasycznej skrzyni biegów, zmieniony został całkowicie tunel środkowy. Przyciski wyboru kierunku jazdy zostały umieszczone na desce rozdzielczej w zasięgu wzroku, a nieco wyżej cały



szereg przycisków funkcyjnych do obsługi klimatyzacji. Do tego są w pełni cyfrowe zegary i duży 10,25 calowy ekran systemu multimedialnego. Jest niekoniecznie bardzo intuicyjnie, ale też nie ma problemu ze znalezieniem odpowiednich przycisków. Do tego materiał chociaż twarde, to są dobrej jakości.

Na tunelu środkowym nie znajdziemy podłokietnika, ale tutaj zaskoczenia raczej nie powinno być. Jest natomiast otwarty schowek na drobniaki oraz dźwignia elektrycznego hamulca ręcznego oraz pokrętko wyboru trybu jazdy i głośności radia. Te może nie są umiejscowione idealnie, chociaż radiem możemy też sterować przyciskami umieszczonymi z tyłu kierownicy. Projektanci starali się jak najbardziej podkreślić wyjątkowość małego Fiata, więc tu i ówdzie znalazły się świetne detale, czy to rysunek Fiata 500 we wnękach uchwytów drzwi, czy panorama Turynu na półce deski rozdzielczej, która służy również do bezprzewodowego ładowania smartfona. Do otwierania drzwi zamiast tradycyjnych dźwigni, służą przyciski. Oczywiście w razie problemów, są również schowane niżej tradycyjne dźwignienki. A to nie wszystkie drobne elementy ozdobne.



odczułem dyskomfortu, no może poza brakiem podłokietnika. Siedzi się dość wysoko, co może nie wszystkim odpowiadać, nawet mimo możliwości regulacji foteli kierowcy i pasażera na wysokość. W tylnej części miejsca jest bardzo mało i zmieszczą się tam przede wszystkim dzieci, a dorośle osoby, będą musiały pójść na kompromis z osobami na przednich miejscach, by chociaż trochę znaleźć miejsca na nogi. Nad głową w tylnej części auta również nie ma co liczyć na sporo miejsca. Wygodnie będą miały bardzo niskie osoby, wyższe muszą przygotować się na szorowanie głowy po podsufitce. Ale Fiata 500 nie kupuje się z myślą, o podróżach w czwórkę dorosłych osób. Natomiast 500e jest wyposażony w dwa mocowania ISO-FIX z tyłu, a dodatkowo mamy jeszcze ISOFIX na przednim fotelu, co ułatwia przewożenie małych pociech.

Ekran cyfrowych zegarów nie jest dużych rozmiarów, jednak w takiej formie rewelacyjnie spełnia swoją rolę. Jest bardzo czytelnie i nie ma natłoku informacji, co nie znaczy, że nie jest rozbudowany. Po prostu różne informacje wyświetlamy na poszczególnych kartach i co więcej, na cyfrowym ekranie wyświetlimy również mapę nawigacji. Taka możliwość często nie jest dostępna w autach wyższej klasy innych marek.

Pochwały należą się również dla systemu multimedialnego. Płynność działania jest naprawdę dobra, a szeroką ekran wyświetla więcej informacji. Możemy spersonalizować stronę główną pod własne potrzeby i wyświetlać najważniejsze funkcje w jednym miejscu. Dzięki temu możemy np. korzystać z wyświetlania nawigacji satelitarnej, sterować muzyką i wyświetlić dodatkowe funkcje na jednej karcie, brawo. Do tego system jest przejrzysty i intuicyjny. Oprócz fizycznych przycisków sterowania klimatyzacją, mamy również możliwość bardziej intuicyjnego sterowania na ekranie multimedialnym. Do tego standardowo możemy podłączyć telefon z Android Auto i Apple CarPlay, a aplikacja również wykorzystuje całą szerokość wyświetlacza.

Fiatowi 500e nie można też odmówić wygodnych foteli, oczywiście z przodu. Pomimo, że mały Fiat jest skierowany głównie do miasta, to pokonując 200 kilometrową trasę nie

Bagażnik Fiata 500e jest symboliczny i ma 185 litrów pojemności. Sprawdzi się do wyjazdów na zakupy, ale nie zmieścimy tu wyższych przedmiotów ze względu na opadającą tylną linię auta. Bagażnik wykorzystamy wyłącznie do linii okien i ta przestrzeń będzie zwężona. W przypadku, gdy koniecznie będziemy potrzebować więcej miejsca, to po złożeniu tylnej kanapy Fiat będzie miał 500 litrów pojemności przestrzeni bagażowej. Nie ma co liczyć na płaską podłogę po złożeniu kanapy, a próg załadowniczy bagażnika jest dość spory.

Fiat oferuje dwa silniki elektryczne do wyboru. Pierwszy z nich, słabszy ma 95 KM mocy maksymalnej i akumulatory o pojemności 23,8 kWh. Mocniejsza odmiana wymaga dopłaty 20 tysięcy złotych i oferuje 118 KM oraz baterie o pojemności 42 kWh – ta opcja znalazła się w testowanym modelu. 118 KM w połączeniu z 220 Nm maksymalnego momentu obrotowego i niską masą auta jak na auto elektryczne, która wynosi 1395 kg dają rewelacyjny efekt w postaci





▶ osiągnąć. W mieście miejskie auto staje się mistrzem startowania spod świateł. Pierwsze 50 km/h uzyskuje już po 3,1 sekundy, a do 100 km/h potrzeba 9 sekund. W rzeczywistości mamy wrażenie, jakbyśmy startowali z katapulty. Nawet podczas jazdy poza miastem na drogach krajowych wyprzedzanie nie będzie stanowić bariery, bo nawet przy wysokich prędkościach Fiat zapewni dobrą elastyczność.

Najlepiej czuje się jednak w mieście. Mały rozstaw osi i duży promień skrętu kół pozwala na uzyskanie średnicy zawracania poniżej 10 metrów. Dzięki dobrym osiągom i małym rozmiarom świetnie sprawdzi się również w korkach, gdzie bez problemu uda się wcisnąć między inne auta. Do tego możliwość wykorzystywania buspasów daje jeszcze lepsze możliwości pokonywania zakorkowanego miasta. Fiat 500e jest zwinny jak gokart, tylko na sterydach. Mały mieszczuch daje wtedy mnóstwo frajdy. Niski środek ciężkości i świetnie wyważone pod względem komfortu zawieszenie dają świetne odczucia podczas jazdy. Fiat 500 lubi zarówno miejskie, zatłoczone uliczki jak i kręte wiejskie drogi. Co ciekawe wyciszenie wnętrza jest na naprawdę dobrym poziomie. Przy jeździe z prędkością 120 km/h szum powietrza i kół są słyszalne ale nie są

uciążliwe, a w kabinie da się bez najmniejszego problemu rozmawiać z pasażerem. Kolejnym zaskakującym aspektem jest wyposażenie w szereg systemów bezpieczeństwa. Auto segmentu A oferuje drugi poziom autonomicznej jazdy z aktywnym tempomatem i utrzymaniem pasa ruchu. Z drugiej strony samochód nie posiada czujników parkowania, a kamera cofania wymaga dopłaty 1400 zł. Auto jest na tyle małe, że dla wielu nie będą one potrzebne, jednak szkoda, że nie znalazły się w standardzie.

Zużycie energii nawet w tak małym aucie nie należy jednak do najmniejszych. W mieście ciężko mi było zejść poniżej 13 kWh na 100 km, a przy jeździe ze stałą prędkością 110 km/h zużycie energii wynosi około 15,2 kWh na 100 km. Producent podaje, że średnie zużycie energii wynosi 14 kWh w cyklu mieszanym co potwierdziło się również w naszym teście. Zważywszy, że bateria o pojemności 42 kWh ma 37,5 kWh pojemności użytkowej to realny zasięg powinien zamknąć się w okolicach 300 kilometrów. Jeśli zamierzacie korzystać z elektrycznego auta nie tylko w mieście, ale też ma zapewnić bezproblemową podróż w dalsze trasy, to warto rozważyć dopłatę do większej pojemności baterii. Plusem tego wyboru jest również możliwość wykorzystywania

szybkiego ładowania do prędkości 85 kW, przy czym słabsza wersja silnikowa może ładować z maksymalną prędkością 50 kW. To sprawia, że naszą testówkę ładowaliśmy do 80% w około 40 minut, a pełne naładowanie akumulatora nastąpiło po 1,5 godziny.

Wszystkie zalety i wady elektrycznej pięćsetki weryfikuje oczywiście cena końcowa. Cennik rozpoczyna się więc od 122 tysięcy złotych za podstawową wersję wyposażenia z mniejszymi bateriami. Testowana wersja RED jest już dobrze wyposażona i nasz egzemplarz został wyceniony na 164 tysiące złotych, gdzie dostaliśmy już mocniejszy silnik z większymi akumulatorami i bogatszym wyposażeniem. Dopłaty wymagały aluminiowe felgi, czerwony lakier i bezprzewodowa ładowarka. Konkurencja Fiata 500e jest niewielka i można do niej zaliczyć Hondę e:. Tej cennik rozpoczyna się i kończy na 169 tysiącach złotych. Otrzymujemy auto 5 drzwiowe, jednak z nieznacznie mniejszymi bateriami o pojemności 35,5 kWh, a sama Honda jest jeszcze bardziej energożerna. Tu pojawia się więc kwestia, czy bardziej zależy nam na zasięgu, czy komforcie dla większej ilości osób, bo oba auta zapewniają swój unikalny i niepowtarzalny charakter. Fiat 500e nawet w postaci elektrycznej ma nadal swoją włoską duszę, którą czuć już w pierwszym momencie obcowania z tym samochodem.

W życiu, nawet tym motoryzacyjnym ważne jest to co daje szczęście. Taka beztrudna radość z jazdy daje elektryczny 500e. Mały Fiat sprawia, że można poczuć Dolce Vita. Chociaż nie należy do samochodów tanich, to zdecydowanie odwdzięcza się świetnymi właściwościami jezdnyimi, niewielkimi gabarytami idealnymi do miasta i sporym zasięgiem pozwalającym na dalsze podróże. Jest też ogrom systemów bezpieczeństwa i inforozrywki, a smaczku dodaje mnóstwo włoskich akcentów. Zakochałem się w modelu 500e, nawet pomimo tego, że nie jestem fanem aut elektrycznych. ■

# Spódnica – nieodłączny atrybut kobiecej garderoby

Magdalena Robak

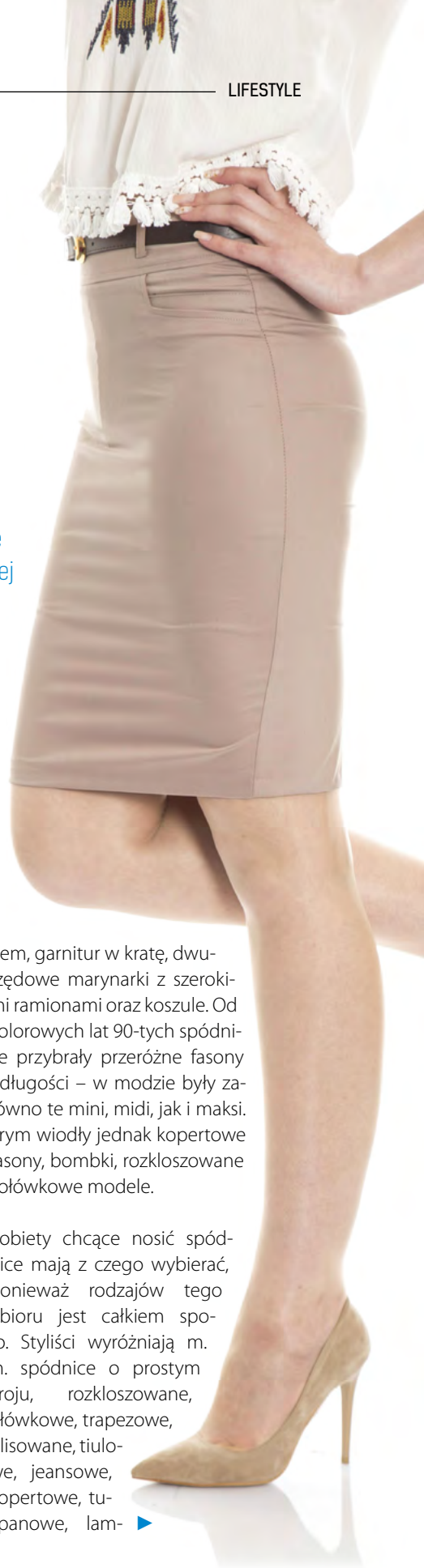
Czy lubimy tę część ubioru, czy wręcz przeciwnie, niemal pewne jest, że każda z nas – kobiet, niezależnie od wieku, ma lub miała spódnice w swojej szafie. Jest ona na tyle ważną i zarazem oczywistą częścią damskiego ubioru, że ustanowiono nawet, przypadający na 30 października, Dzień Spódnicy. Spódnice w garderobie (i to nie jedną) niewątpliwie warto posiadać, bo właściwie dobrana potrafi pięknie wymodelować sylwetkę i podkreślić jej atuty.

Na przestrzeni wieków znacząco zmieniały się kroje spódnic oraz materiały, z których je wykonywano. Nieprzypadkowo nie używam w tym kontekście słowa uszyć, bo pierwsze spódnice powstawały nie tylko ze zwierzęcych futer, ale też ze słomy czy trzciny – zero waste nie jest zatem filozofią wyłącznie naszych czasów. Podobnie jak w przypadku butów na obcasach, spódnice początkowo nosili również mężczyźni. Z portalu lamode.info możemy dowiedzieć się, że kobiety domagały się podzielenia innej części swojej garderoby, a mianowicie sukni, na gorset i spódnice, która stała się tak popularna, że zyskała uznanie sufrażystek. To w długich spódnicach i kozakach walczyły one na początku XX wieku o prawa wyborcze dla pań. W latach 20-tych ubiegłego stulecia kobiety nie tylko skróciły włosy, ale także właśnie spódnice. Chętnie noszono wówczas wąskie, plisowane modele sięgające za kolana oraz asymetryczne kroje, krótsze z przodu. W latach 40 i 50-tych oblicze spódnicy w sposób znaczący zmienił Christian Dior, prezentując swoją pierwszą kolekcję

mody – *New Look*. Połączył on dopasowany żakiet z rozkloszowanym dołem do połowy łydki. Konkurencyjnym fasonem dla niego miał być dopasowany krój ołówkowy, symbolizujący w zamyśle zmysłowość i kobiecość. Kolejna dekada XX wieku zaowocowała pojawieniem się tzw. spódnicy mini, która zrobiła niebotyczną wręcz furorę, stając się ikoną swoich czasów. Krótkie spódnice zaczęły nosić zarówno przedstawicielki bogatych rodów, jak i asystentki w firmach. W latach 70 – tych, wraz z rozkwitem ruchu hippisowskiego, najbardziej pożądane stały się długie i zwiewne spódnice w stylu boho, kojarzonym z wygodą, latem i wakacyjnym luzem. Kolejnym gorącym trendem były zaś zamszowe modele w kształcie litery A. Na lata 80-te przypada natomiast rozkwit eleganckich spódnic o dopasowanym kształcie, które wpisywały się w ideę *power dressing* – stylu będącego wyrazem buntu przeciwko powszechnemu przekonaniu, że w biznesie nie ma miejsca dla kobiet. Charakterystyczne elementy garderoby *power dressing* to też spodnie w prążki z wysokim sta-

nem, garnitur w kratę, dwurzędowe marynarki z szerokimi ramionami oraz koszule. Od kolorowych lat 90-tych spódnice przybrały przeróżne fasony i długości – w modzie były zarówno te mini, midi, jak i maxi. Prym wiodły jednak kopertowe fasony, bombki, rozkloszowane i ołówkowe modele.

Kobiety chcące nosić spódnice mają z czego wybierać, ponieważ rodzajów tego ubioru jest całkiem sporo. Styliści wyróżniają m. in. spódnice o prostym kroju, rozkloszowane, ołówkowe, trapezowe, plisowane, tiulowe, jeansowe, kopertowe, tulipanowe, lam- ▶





► badówki, bombki, mini, midi i maxi. Spódnica o prostym kroju i dowolnej długości prezentuje się dobrze niemal na każdej sylwetce. Można do niej dobrać przeróżne dodatki i to od nich zależeć będzie ostateczny efekt całej stylizacji. Bardzo uniwersalna jest też spódnica rozkloszowana, bo również pasuje zarówno paniom szczupłym, jak i tym o kształtach bardziej krągłych. Spódnica ołówkowa doskonale podkreśla kobiecą figurę – zwłaszcza tę w kształcie klepsydry, charakteryzującej się szerokimi biodrami, wyraźnie zaakcentowanym wcięciem w pasie, dość szerokimi ramionami oraz pełnym biustem. W wersji midi spódnica ołówkowa świetnie sprawdzi się w eleganckich i nieco bardziej oficjalnych stylizacjach. W wydaniu mini będzie znakomitym wyborem także na co dzień, choć niekoniecznie dla pań o bujnych biodrach i masywniejszych udach, u których te cechy figury wypukli. Spódnica trapezowa, przypominająca kształtem literę A, sprostą oczekiwaniom każdej kobiety. Ukryje szerokie biodra i dużą pupę, a drobnym paniom doda krągłości. W wersji midi w stonowanych barwach można ją nosić do pracy oraz na ważne spotkania. W bardziej odważnych kolorach idealnie sprawdzi się na co dzień. Spódnica plisowana (solejka) najlepiej prezentuje się na szczupłych kobietach, gdyż optycznie poszerza biodra i powiększa pupę. U tych z nas

o pełniejszych kształtach zakryje dodatkowe fałdki tłuszczu. Spódnica tiulowa prezentuje się lekko, subtelnie i dziewczęco. Idealnie sprawdzi się latem. Spódnica jeansowa, choć przez niektórych kojarzona głównie z uczennicami, znakomicie wygląda również na dorosłych kobietach. O dopasowanym fasonie będzie prezentować się doskonale na paniach o figurze klepsydry, natomiast rozszerzana może zarówno zatuszować szerokie biodra, jak i poszerzyć te wąskie. Spódnica kopertowa to także model pasujący do każdego rodzaju figury. Gładka będzie się świetnie prezentować na sylwetce gruszki lub klepsydry. Panie chcące dodać sobie nieco krągłości mogą natomiast wybrać kopertówkę z falbaną lub niebanalnym printem. Spódnica tulipanowa uznawana jest za spódnicę do zadań specjalnych. Charakterystyczną jej cechą jest zakładka, która kształtem przypomina płatki tulipana. Panie o prostej sylwetce dzięki niej nabiorą nieco krągłości, z kolei te o pełniejszych kształtach będą miały możliwość optycznego wysmuklenia sylwetki. Klasyczna lambadówka to zwiewna i dziewczęca spódnica, która sprawdzi się w upalne dni. Wyróżnia ją pasek na biodrach, a we współczesnych wersjach w talii. Dostępna w każdej długości bombka może delikatnie zaokrąglać okolice bioder, co będzie zaletą dla kobiet, marzących o podkreśleniu swoich kształtów. Sta-

nowi też ten rodzaj spódnicy, który pozwoli zachować proporcje sylwetki o nieco szerszych ramionach. Spódnica mini najbardziej pasuje młodym i szczupłym kobietom, pragnącym podkreślić nogi. Klasyczna powinna sięgać do połowy ud. Ponieważ może nieco poszerzać biodra, ostrożność powinny zachować te panie, które starają się unikać osiągnięcia takowego efektu. Typowa spódnica midi powinna zaś mieć długość do połowy łydki. Na ten fason powinny uważać kobiety posiadające masywniejsze łydki, niewysokie i o bardziej pełnych kształtach. Spódnica maxi (o długości do kostek) najlepiej prezentuje się na kobietach wysokich, ale te niskiego wzrostu również mogą wyglądać w niej dobrze.

Tempo, w jakim żyją współczesne kobiety, powoduje, że bardzo często rezygnują one z noszenia spódnic na rzecz bardziej wygodnych, cieplejszych i po prostu praktycznych spodni. Warto jednak by czasem zmieniły one przyzwyczajenia i powróciły do ubioru stanowiącego kwintesencję kobiecości. Zbliżający się małymi krokami Dzień Spódnicy może być ku temu wyśmienitą okazją.

Przy pisaniu tekstu korzystałam z informacji umieszczonych na stronach: [lamode.info](http://lamode.info); [dresscode.pl](http://dresscode.pl); [kraina-stylu.pl](http://kraina-stylu.pl).

# Egipt dla każdego

Tekst i zdjęcia: Sebastian Janiszewski

Wiele osób planuje odwiedzić Egipt, ale w obawie przed bardzo przedsiębiorczymi handlarzami ogranicza się do urlopu w formule all inclusive, zwiedzając zabytki z przewodnikiem w zorganizowanej na miejscu wycieczce.

Jak każdy, chciałem zobaczyć cuda starożytnego świata i sprawdzić na własnej skórze, czy faktycznie jest się czego bać. Znaczna część z ponad dwóch tygodni w Egipcie upłynęła pod znakiem samodzielnie realizowanej podróży, a na koniec sprawdziłem jak wygląda życie okiem turysty w hotelu w Hurghadzie. O przygotowaniach do podróży oraz miejscach, które zobaczyłem piszę poniżej.

Po przeanalizowaniu aktualnej siatki połączeń lotniczych do Egiptu, zdecydowałem się na lot z przesiadką w Abu Zabi. Kombinując w ten sposób, udało mi się zakupić bilety w bardzo korzystnych cenach. Niskokosztowe linie latają z Krakowa i Katowic do stolicy Emiratów, a stamtąd w trzy godziny można dostać się do egipskiego miasta Sauhadż.

Powierzchnia Egiptu liczy milion kilometrów kwadratowych. Choć większość jego terytorium pokrywają pustynie, na wąskim pasie wzdłuż Nilu znajduje się wiele zabytków, które dzielą ogromne odległości. Oczywiście podczas pobytu chciałem zobaczyć jak najwięcej i zaplanowałem wizyty w kilku ważniejszych miastach, niestety nie udało się zrealizować całego planu, ale z tego co zobaczyłem, jestem bardzo zadowolony. ▶



Saouhadj

## ► Plan podstawowy i realizacja

Układanie planu podróży rozpocząłem od listy zabytków należących do obowiązkowej listy, czyli piramidy w Gizie oraz świątyń w dolinie Nilu.

W sumie aby się tam dostać i mieszkać w dobrym standardzie musiałem wydać 2699 zł. Do tego doszły inne koszty na miejscu, jak Uber w Hurghadzie, taksówka w Luksorze, czy bilety do atrakcji, a także jedzenie tam, gdzie nie mogłem wrócić do hotelu na posiłki.

Kompletne podsumowanie kosztów organizacyjnych wygląda następująco:

- bilety lotnicze (4 loty WizzAir): 747 zł/os.
- bilety kolejowe i autobusowe w Egipcie: 188 zł/os.
- wiza (25 USD): 107 zł/os.
- hotele (Egipt i Emiraty): 1657 zł/os.

Hotele i loty były oczywiście największymi wydatkami jakie poniosłem podczas całej podróży. Pierwszy raz spotkałem się z tym, że płatność za ho-

tel z góry była bardziej korzystna niż na miejscu – ponieważ w hotelu opłata za noclegi mogła być dokonana w USD, a do tego doliczano do niej podatek, który sprawiał, że była to operacja kompletnie nieopłacalna. Wszystkie noclegi opłaciłem jeszcze przed wylotem, ale dzięki temu na miejscu nie musiałem wybierać z bankomatów dużych kwot.

XXI wiek zawitał również do Egiptu i w wielu miejscach można było płacić kartą, co również sprawiało, że funtów egipskich w portfelu wcale nie ubywało.

Do Egiptu „wleciałem” poprzez lotnisko w Saouhadzu. Miasto było dla mnie kompletnie nowym doznaniem. Choć znałem geografie kraju dość dobrze, o tym – całkiem sporym, jak się okazało mieście – nigdy nie słyszałem. Znane jest także jako siedziba dużej grupy wyznawców katolickiego kościoła obrządku koptyjskiego, stąd w mieście znajduje się wiele kościołów, ale niestety robienie im fotek jest zabronione, a świątyń pilnuje policja. Co jednak nie przeszkodziło mi zrobić kilku zdjęć z ukrycia.

## Morze Czerwone



W mieście zabawiłem tylko kilka godzin, co wystarczyło solidnie zwiedzić starówkę. Problemem okazał się brak możliwości skomunikowania z mieszkańcami, którzy praktycznie języka angielskiego nie znają. Ponadto widząc mnie wydawali się być kompletnie niewzruszeni.

W podróż do oddalonego o 250 km Luksoru wybrałem się koleją, gdzie chciałem zostać kilka dni i zwiedzić okoliczne zabytki. Następnym etapem podróży był Asuan, do którego również chciałem pojechać koleją. Jednak po sprawdzeniu działania kolei egipskich w praktyce, musiałem zre-

zygnować z tego pomysłu. W skutek odwołania planu straciłem ok. 30 zł z zakupionych online biletów kolejowych – były to jedyne zmarnowane pieniądze podczas urlopu.

Reszta okazała się idealnie dopracowana od strony finansowej. Z Luksoru, po pięciu dniach pojechałem do Hurgady, gdzie głównie wypoczywałem. Na jednodniową wycieczkę do Kairu pojechałem z lokalnym biurem, ale mimo, że zobaczyłem wiele ciekawych miejsc, np. kościoły koptyjskie, była to wycieczka o charakterze ekspresowym.

## Odwiedzone miejsca

Historia zorganizowanej państwowości egipskiej sięga 3000 roku p.n.e., a trwała z różnymi perturbacjami, aż do podboju państwa przez Imperium Rzymskie, kiedy to Egipt stał się jedną z prowincji. Historia starożytnego Egiptu podzielona została na trzy okresy prężnie działającego państwa. Każdy z nich zamyka okres przejścio-



*Kościół koptyjski*

*Karnak*



*Saħadż – meczet*

- wy, kiedy administracja centralna znajdowała się w stanie osłabienia lub rozkładu.

Aby podkreślić wiek odwiedzonych zabytków na osi czasu, tekstem pogrubionym oznaczyłem miejsca przeze mnie odwiedzane.

### STARE PAŃSTWO (ok. 2657 – ok. 2166 p.n.e.)

Z tego okresu pochodzą najlepiej znane zabytki Egiptu, czyli ogromne **piramidy w Gizie**.

### PIERWSZY OKRES PRZEJŚCIOWY (2166–2020 p.n.e.)

Po upadku wielkich dynastii państwo podzieliło się na górne i dolne. W Górnym Egipcie powstał nowy ośrodek władzy w Tebach (dzisiejszy **Luksor**). To tam znajduje się najwięcej świątyń i **królewskich grobowców**.

### ŚREDNIE PAŃSTWO (ok. 2020 – ok. 1793 p.n.e.)

Nowi władcy na stolicę wybrali Teby, gdzie budowano niesamowite budowle ku chwale bogów i faraonów. W tych czasach rozpoczęto budowę świątyń dzisiejszego **Karnaku**, ale także rozpoczęto chowanie królów i faraonów w **Dolinie Królów**.

### DRUGI OKRES PRZEJŚCIOWY (1793–1540 p.n.e.)

Kolejny okres przejściowy był bardzo krwawy, dał jednak początek Nowemu Państwu. Jego przedstawiciele stworzyli niesamowite pomniki historii, które można oglądać do dzisiaj.

### NOWE PAŃSTWO (1540–1070 p.n.e.)

Okresy rządów najznakomitszych dynastii, z których wywodzili się m.in. Ramzes II (i jego świątynia grobowa w **MedinetHabu**), Ramzes III, Hatszepsut (której świątynia zachwyca), Totmes III, Amenhotep II, Tutanchamon.

### TRZECI OKRES PRZEJŚCIOWY (1070–664 p.n.e.)

Ostateczna faza rozkładu państwa egipskiego.

## Wydatki na miejscu

Z góry zakładałem, że nie będę wydawać kasy na „głupoty”, a także zakup pamiątek ograniczę do minimum. Jak się okazało na miejscu hitem straganów były tanie podróbki alabastrowych figurek wykonane z gipsu, albo słabej jakości papirusy. Ważną częścią planu było również omijanie pomoc-

nych i przedsiębiorczych Egipcjan, w tym konkretnie taksówkarzy, choć niekiedy byłem skazany na ich usługi – zwłaszcza tam, gdzie nie działał Uber.

Podczas podróży nie oszczędzałem na biletach do atrakcji. Chciałem zobaczyć jak najwięcej, uwzględniając ważne dla historii miejsca oraz muzea z historycznymi artefaktami.

Zwiedziłem w sumie osiem takich miejsc – świątynie, grobowce oraz muzea, co łącznie kosztowało około 220 zł. Szczęśliwie dla mnie, w czerwcu wszystkie bilety można było kupić za 50% ceny (od biletu dla osoby dorosłej), zatem była to dodatkowa oszczędność.

Na własne potrzeby, w tym zakupy w sklepach i jedzenie w Luksorze (w Hurghadzie posiłki były wliczone w cenę pobytu) wydałem jeszcze ok. 350 zł.

## Zadowolające wykonanie planu

Ostateczne koszty wycieczki do Egiptu zamknęły się w kwocie 3270 zł od osoby. Może się wydawać, że to sporo, ale warto zauważyć, że to koszt pobytu trwającego 2,5 tygodnia. Wyszukując oferty all inclusive w biurach podróży otrzymujemy średni koszt ok. 4000 zł za 14 dni (cena regularna ok. 5000 zł), a to jedynie przelot i pobyt w hotelu z wyżywieniem.

Można oczywiście długo dyskutować, czy wybierając się na urlop wypoczynkowy jest sens jeździć po tak ogromnym kraju i uganiać się za stosem kamieni, czy po prostu ten czas lepiej spożytkować na odpoczynek pod palmami.

Uważam, że warto i pomimo wielu nachalnych Egipcjan, każdy powinien zobaczyć te wiekowe cuda raz w życiu.

Sarkofag





# Stacja ładowania

dla Twoich klientów



Smart  
charge



ENERGY



**greenway**

[greenwaypolska.pl](https://greenwaypolska.pl)

**Chcesz zbudować stację paliw  
i potrzebujesz wsparcia w tym procesie?**

**Prowadzisz już stację paliw  
i myślisz o wybudowaniu nowej?**

**Poszukujesz obiektywnej informacji o przychodach  
i kosztach działania stacji paliw?**

Jesteśmy grupą  
doświadczonych analityków,  
doradców biznesowych i prawników.  
Od 20 lat pomagamy firmom  
z branży paliwowej,  
w tym stacjom i sieciom stacji,  
w poprawie wyników finansowych,  
poprzez zwiększanie przychodów  
i kontrolę kosztów.

Skorzystaj  
z kompleksowego wsparcia  
w zaplanowaniu, budowie  
i uruchomieniu stacji paliw!  
Przełożymy pomysł  
na konkretny  
proces inwestycyjny.

**Świadczymy szeroki zakres wsparcia,  
z którego korzystać można zarówno kompleksowo,  
jak tylko w wybranych obszarach.**

Nasze usługi to:

- ✓ ocena wskazanego terenu pod kątem opłacalności budowy stacji
- ✓ przygotowanie biznesplanu w zakresie kosztorysu CAPEX i rachunku wyników
- ✓ wsparcie prawne w zakresie np. przygotowania umów, uzyskania koncesji i pozwoleń
- ✓ wybór optymalnego dla danej okolicy formatu stacji
- ✓ wsparcie w doborze projektanta (architekta), wykonawcy budowy stacji i podwykonawców
- ✓ opracowanie kompleksowego systemu zakupów paliw i polityki sprzedaży
- ✓ pomoc w operacyjnym przygotowaniu stacji do działania - wsparcie w rekrutacji pracowników, opracowaniu procedur, uruchomieniu stacji.