

Na Stacji Paliw

Nr 1 | Październik – Grudzień 2015

Hot-dog i co jeszcze?

Mała gastronomia na stacjach paliw
w Polsce



Rynek Paliwowy

Znana marka pomoże
samodzielnym stacjom

Myjnia

Biznes nie tylko
sezonowy?

Temat numeru



Boże Narodzenie na stacji paliw



Międzynarodowe Targi Paliwowe
**STACJA I BIZNES
PRZYSZŁOŚCI**

II edycja
5-6 października 2016 r.
Wrocław, Hala Stulecia



Wydarzenie roku 2016 **Biznes i edukacja w jednym miejscu**



Wystawcy z branży paliwowej
i pokrewnych



Bezpłatne szkolenia
z udziałem ekspertów



Giełda Stacji Paliw



Strefa networkingu biznesowego



Turniej Piłki Nożnej –
I Mistrzostwa Piłkarskie
Branży Petrochemicznej



Bankiet biznesowy



Konkurencyjne oferty Wystawców
tylko dla uczestników Targów

Szczegółowy program imprez towarzyszących:

www.targipaliwowe.pl



Organizator

www.informationmarket.pl



Od redaktora

„Na Stacji Paliw” to nowa jakość na rynku paliwowym w Polsce. Chcemy pisać o tym, co aktualnie zajmuje operatorów stacji w zakresie technologii, prawa, życia rynku i otwierających się możliwości biznesowych. Zamierzamy trzymać rękę na pulsie nowości dla branży.

Chcemy inspirować, wskazywać nowe kierunki, a jednocześnie bacznie słuchać i odpowiadać na potrzeby informacyjne segmentu detalicznego polskiego rynku paliw płynnych.

Staramy się łączyć wymóg łatwej dostępności przez wybór kanału internetowego, jako podstawowego narzędzia promocji treści z tradycyjnym prasowym ukła-

dem – oznaczającym zamiłowanie do sprawdzonych form dziennikarstwa biznesowego.

Naszą ambicją jest dostarczanie co kwartał wartościowych informacji istotnych dla rynku i prognoz jego rozwoju. Chcemy aktywnie promować nowe rozwiązania technologiczne, które mogą być przełomem czy usprawnieniem funkcjonowania stacji paliwowych, które w ostatnich latach poza czysto motoryzacyjnym przeznaczeniem zaczynają nabierać coraz to nowych funkcji i stają się punktem usługowym o wielobranżowym asortymencie.

Dziękujemy za Państwa zainteresowanie i życzymy miłej lektury naszego pisma!

JAKUB BOGUCKI REDAKTOR PROWADZĄCY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	4
TEMAT NUMERU Boże Narodzenie na stacji paliw	6
TWOJA STACJA Myjnia - biznes nie tylko sezonowy.	8
GASTRONOMIA Hot-dog i co jeszcze? Mała gastronomia na stacjach paliw w Polsce.	10
PRAWNIK RADZI Partner biznesowy bez koncesji?.	14
RYNEK PALIWOWY Znana marka pomoże samodzielnym stacjom.	17
RYNEK PALIWOWY Pierwsze kwartały bez pięciu złotych.	22
LOGISTYKA Co warto wiedzieć o rynku cystern paliwowych?	25
CO SĄDZĘ... ...o motywowaniu pracowników stacji paliw	29



Na Stacji Paliw

W kolejnym wydaniu

TEMAT NUMERU: MYJNIE SAMOCHODOWE

Nr 1(1) 2015

Wydawca:
Information Market S.A.

ul. Legnicka 46a/10
53-674 Wrocław
tel.: +48 71 787 69 70
fax: +48 71 787 69 96

redakcja@nastacjipaliw.pl

Redaguje zespół w składzie:

Jakub Bogucki - Redaktor Prowadzący
Szymon Araszkiewicz
Marta Feliksik
Gabriela Kozan
Grzegorz Maziak
Natalia Szkwir

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

Newsy z rynku

CZYM ŻYŁ RYNEK W OSTATNICH MIESIĄCACH? SIĘGNĘLIŚMY DO ARCHIWUM PORTALU E-PETROL.PL, ABY PRZYPOMNIEĆ KILKA WIADOMOŚCI SZCZEGÓLNIIE ZWIĄZANYCH Z RYNKIEM STACJI PALIW W POLSCE. O CZYM PISANO I MÓWIONO LATEM I JESIENIĄ 2015 ROKU?

WAKACYJNE PROGNOZY POKAZUJĄ 5 ZŁ

W początkach czerwca analitycy e-petrol.pl wskazywali na realną możliwość sięgnięcia cen detalicznych Pb95 do psychologicznej granicy pięciu złotych. Ostatni raz średnia krajowa cena 95-oktanowej benzyny wynosiła tyle w listopadzie 2014 r. Na początku lipca te prognozy sprawdziły się. W 28 i 29 tygodniu roku średnia ogólnopolska cena tego paliwa wyniosła rzeczywiście 5,05 i 5,02 zł/l – do tychczas takie poziomy się nie powtórzyły.



BLIK ZAPŁACI ZA PALIWO

Klienci Shell mogą zapłacić smartfonem za zakupy na stacjach tej sieci. Shell jest pierwszą siecią stacji, która takie udogodnienie postanowiła wprowadzić na podobną skalę. BLIK jest systemem płatności mobilnych dostępnych dla klientów kilku wiodących banków, a jego dostępność w skali całego kraju szacowana jest na 50 tysięcy sklepów, kawiarni i lokali w całej Polsce.

MIĘDZYNARODOWE TARGI PALIWOWE – STACJA I BIZNES PRZYSZŁOŚCI WE WROCŁAWIU

10 i 11 czerwca we Wrocławiu odbyły się pierwsze Międzynarodowe Targi Paliwowe – Stacja i Biznes Przyszłości. Uczestnicy mieli możliwość zapoznania się z rynkowymi nowościami czy przeszkolić z zakresu zagadnień operacyjnych i prawnych. We wrocławskiej Hali Stulecia swoją ofertę zaprezentowało ponad 60 wystawców. Targi połączone były z V edycją Spotkania Branży Petrochemicznej - Polski Rynek Paliw i wieczornym bankietem, podczas którego wręczono nagrody laureatom plebiscytu Akcenty 2014. To pierwsze tak znaczące wydarzenie dla branży paliwowej na Dolnym Śląsku – a jego kontynuacją ma być druga edycja Targów, która odbędzie się w październiku 2016. Więcej szczegółów: www.targipaliwowe.pl



ORLEN TESTUJE O!SHOP

W Warszawie na trzech stacjach trwają testy nowej koncepcji sklepu typu convenience i operatora gastronomicznego w jednym. O!Shop ma umożliwiać zakupy odzwierciedlające zmieniające się wzorce konsumpcyjne. Spośród oferty O!Shop na uwagę zasługuwać mogą m.in. dania przygotowywane i serwowane na miejscu czy półprodukty spożywane w domu lub w biurze. Koncern planuje dalsze otwarcia takich obiektów – głównie na terenie woj. mazowieckiego.

E-TANKOWANIE NA STACJACH STAR

Od sierpnia stacje sieci Star w Niemczech oferują opcję szybkiego ładowania samochodów elektrycznych. Niemiecka spółka ORLEN nie będzie jednak zamykać oferty tylko dla naszych zachodnich sąsiadów – jeszcze w tym roku taka możliwość dotyczyć będzie stacji w Polsce i Czechach. Rozwój technologii związany jest ze współpracą PKN ORLEN z amerykańskim producentem samochodów elektrycznych - firmą Tesla.



CZTERYSTA PIĘCDZIESIĄTY LOTOS

Taką okrągłą liczbę stacji osiągnęła latem tego roku sieć gdańskiego koncernu. W Kaliszu oddano do użytku 450. placówkę działającą w sieci, która jest zarazem 175. w ramach segmentu ekonomicznego Lotos Optima.

20 LAT BP W POLSCE

Na Sikorniku w Gliwicach sieć BP świętowała 20-lecie otwarcia pierwszego obiektu stacyjnego w Polsce. Oprócz obchodów tego rodzaju przed siecią zapewne jeszcze jedna ważna uroczystość – kierujący koncernem zapowiadają wyraźnie rychłe otwarcie 500 obiektu w Polsce. Rynek polski ma być trzecim w Europie, po Niemczech i Wielkiej Brytanii, jeśli chodzi o zyski koncernu.



BIAŁORUSKIE STACJE W POLSCE?

Sieć BNK ma zamiar rozpocząć detaliczną sprzedaż paliw w Polsce poprzez sieć własnych stacji – taka wiadomość pojawiła się jesienią na krajowym rynku. BNK jest największym białoruskim eksporterem produktów naftowych, a jej głównym udziałowcem jest firma Belorusneft.

W PLANACH REBRANDING STATOILA

Według zapowiedzi 15 tys. stacji benzynowych w Norwegii, Rosji, krajach bałtyckich oraz Polsce zmieni swój wygląd i nazwę na Circle K. Zmiana jest konsekwencją umowy norweskiego koncernu z kanadyjskim operatorem convenience – firmą Couche-Tard. Według informacji rebranding w Polsce zacznie się nie wcześniej niż w 2017 roku.



GAZPROM PRZYMIERZA SIĘ DO DYSTRYBUCJI LNG I CNG

Rosyjski gigant rozważa wybudowanie w ciągu dwóch lat w Polsce sieci kilkuset stacji ze sprężonym i skroplonym gazem ziemnym. Dotychczas takich obiektów jest w Polsce ponad dwadzieścia. Szansą rozwoju takich stacji może być unijne prawodawstwo, wymuszające zagęszczenie sieci takich obiektów do roku 2025.

TOTAL ZAMIERZA MIEĆ 100 STACJI

Do roku 2017 francuska spółka planuje uruchomienie w Polsce 100 stacji paliw. Obiekty sieci mają powstawać przede wszystkim w południowej i zachodniej Polsce. Obecnie w kraju działa siedem obiektów pod szyldem Totala.

SHELL WSPÓŁPRACUJE Z DELI2GO

Rozbudowując ofertę sklepową na stacjach Shell, koncern rozpoczął współpracę z Deli2Go. W ofercie stacji pojawiają się m.in. kanapki panini, ciabatty czy zapiekanki. Shell planuje do końca roku uruchomienie jeszcze kilku obiektów w formie stacji sklepowo-kawiarnianej.



PRZEPISY DLA E10 GOTOWE

Dzięki nowemu rozporządzeniu na polskich stacjach może pojawić się benzyna o zawartości do 10 proc. biokomponentów. Niezbędne jest jednak dokładne poinformowanie klientów o zawartości dystrybutora i umożliwienie zatankowania paliwa z mniejszą ilością biododatku. Dotychczas w benzynie mogło być do 5 proc. biokomponentów. Warto przypomnieć, że sprzedaż takiego paliwa nie jest obowiązkiem dla właścicieli stacji benzynowych, a jedynie opcją.

ORLEN PALIWA I ORLEN GAZ POD JEDNYM SZYLDYM

Wraz z początkiem listopada dwóch operatorów z Grupy ORLEN połączyło się w jeden podmiot – pod nazwą ORLEN Paliwa. Nowa spółka będzie mieć w swojej ofercie dla odbiorców hurtowych wszystkie rodzaje paliw, w tym także LPG. Taka zmiana ma pomóc w wykorzystaniu efektu skali – a więc m.in. wprowadzić uproszczenia w zakresie rozwiązań logistycznych.



Boże Narodzenie na stacji paliw

JAKUB BOGUCKI

POLACY SAMI PRZYZNAJĄ, ŻE ŚWIĄTECZNE ZAKUPY CO ROKU CZYSZCZĄC PORTFELE, RUJNUJĄ ICH BUDŻETY DOMOWE. WYKORZYSTANIE ATMOSFERY ŚWIĄT BOŻEGO NARODZENIA NA STACJI PALIW MOŻE BYĆ ZATEM ŚWIETNĄ OKAZJĄ DO PRZYCIĄGNIĘCIA NOWYCH KLIENTÓW I ZWIĘKSZENIA SPRZEDAŻY TYPOWO SEZONOWYCH AKCESORIÓW. JAK TO ZROBIĆ?

Stacja paliw w ostatnich latach staje się wielobranżowym punktem usługowym, w którym klienci coraz częściej robią zakupy spoza zakresu podstawowych potrzeb motoryzacyjnych. A skoro sklepowy asortyment powinien cechować się sezonowością – także i stacje paliwowe nie mogą się wyłączać z marketingowych trendów.

Raport Deloitte o zakupach pod koniec roku wskazuje jednoznacznie – ponad 70% Polaków planuje nabywanie dóbr na prezenty i wigilijny stół między 1 a 24 grudnia, a ich średni budżet to 1158 zł – to o 13 proc. więcej niż rok wcześniej¹. Mamy więc do czynienia z rosnącym potencjałem i to wcale nie małym. Co stacja paliw może zyskać podczas tego szczególnego okresu, który jest kluczowy pod względem zysków ze sprzedaży? Na pewno czas ten może być okazją do zaoferowania niestandardowych produktów, wypromowania nietypowych usług i podkreślenia wizualną identyfikacją szczególnego czasu w roku. Polskie tradycje świętowania Bożego Narodzenia dają wystarczająco wiele okazji dla operatorów placówek tego typu, aby można było wykorzystać je również w bieżącej działalności marketingowej. Oczywiście kluczowe jest tutaj zachowanie niezbędnego taktu i przyzwoitości, która nie będzie kolidować z jednoznacznie religijnym charakterem świąt.

¹ <http://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/zakupy-swiateczne-2014-raport.html> stan z dnia 31 października 2015.

Z pewnością wiele sieci stacyjnych ma wypracowane mechanizmy działania w zakresie sezonowych artykułów i promowania z wykorzystaniem dobrych świątecznych skojarzeń. Warto jednak w okresie poprzedzającym Boże Narodzenie usystematyzować kierunki działań, które można podjąć i zwiększyć tym samym szanse na sukces wizerunkowy i finansowy obiektu, niekoniecznie przynależącego do dużej sieci, rządzącej się polityką ścisłych standardów. Podzielić je można na trzy grupy zagadnień. Zatem po kolei:

PO PIERWSZE – SPRZEDAJ ATMOSFERĘ

Klient na stacji musi poczuć świąteczną aurę – to połowa sukcesu, jeśli trafi tam nie tylko po paliwo, ale przy okazji zechce zrobić zakupy i napić się rozgrzewającej kawy. Musi odczuwać bliskość Bożego Narodzenia i płynące stąd pozytywne skojarzenia. Elementem budującym nastrój musi tu być przede wszystkim dekoracja wizualna i jej uzupełnienie chociażby w postaci muzyki (choć może niekoniecznie niemiłosiernie

„zajeżdżanego” przez wszystkie rozgłośnie hitu Wham – *Last Christmas*, a raczej szerokiego asortymentu utworów, które każdego roku pozwalają poczuć klientom atmosferę i nastrój zbliżających się świąt).

Zachęta dla klientów to rzecz tylko pozornie oczywista dla wielu operatorów stacyjnych, zwłaszcza zaadaptowanych w schematach dotyczących funkcjonowania biznesu. Zatrudnienie profesjonalnego display designera czy firmy dekoracyjnej to inwestycja w coś, co może wielu

klientów zachęcić do większej aktywności zakupowej. Warto pamiętać, że profesjonalne firmy zajmujące się np. oświetleniem mogą mieć w ofercie specjalne produkty o charakterze świątecznym. Montaż girland czy podświetlenie drzew przy stacji z pewnością może być dobrym początkiem nastrojowej aranżacji obiektu.

Można wykorzystać do dekoracji wnętrza sklepu czy strefy gastronomicznej choinki, ozdobne łańcuchy czy dekoracje okienne ze sztuczne-



go śniegu – oczywiście wszystko w granicach dobrego smaku, wyznaczanego jeśli nie polityką wizerunkową sieci, to na pewno zdrowym umiarem dekoratorów. Chodzi o sygnalizację specyficznego czasu i zachęcenie do zakupów, a nie przytłoczenie kiczem, którego w dziedzinie świątecznych ozdób nie brakuje.

PO DRUGIE – DOPOMÓŻ SPÓŹNIALSKIM

Spóźnialstwo jest niemal immanentną częścią naszej epoki, w której żyjemy pod coraz większą presją czasu i coraz większej kumulacji obowiązków. Zapominanie o niezbędnych zakupach czy odwlekanie ich do ostatniej chwili jest zapewne czymś, co wszyscy świetnie znamy i może zdarzyć się nawet w obliczu tak ważnego punktu w kalendarzu, jak święta Bożego Narodzenia.

Stacja paliw, jako miejsce zakupowe może przyjść tu z pomocą na wypadek takiej sytuacji – a przy okazji także inspirować na różne sposoby do poszukiwania artykułów, które mogłyby na przykład uzupełnić gamę prezentów pod choinką czy ułatwić świąteczne przygotowania. Sporządzanie ilościowościowych ekspozycji – dobrze oznakowanych stanowisk z towaram na stacji niecodziennym – okazjonalnym akcentem, takim jak zabawki, muzyka czy drobiazgi mogące stanowić prezenty dla miłośników motoryzacji – z pewnością może skłonić klienta do pozostania na stacji dłużej i nierzadko sięgnięcia po niestandardowy artykuł.

Do tego dodać jeszcze trzeba, że w okresie świątecznym stacje paliw z racji obowiązującego prawodawstwa są miejscem zakupów niekoniernie artykułów sezonowych, ale wszelkiego asortymentu, który

w dniach wolnych może okazać się niezbędny – czy to w zakresie oferty spożywczej czy monopolowej zwłaszcza, bo ten asortyment niezmienne cieszy się na naszych stacjach benzynowych największym zainteresowaniem.

PO TRZECIE – ZACHĘĆ DO ZAKUPÓW

Oczywiście celem budowy nastroju i atmosfery jest sprzedaż i zachęcenie klienta do zostawienia jak największej ilości pieniędzy w stacyjnej kasie. Stąd wypływa konieczność dobrej



ekspozycji artykułów sezonowych, które mogą trafić do odbiorcy właśnie w tej szczególnej porze roku. Zwłaszcza w ofercie gastronomicznej mogą zaistnieć atrakcyjne pozycje – nawet o odległym jedynie nawiązaniu do świątecznych tradycji. Ciekawym przykładem z zimy 2013 roku jest „Ciasteczko od Mikołaja” oferowane na stacjach Moya – promowano je m.in. przez informacje w pumptopperach (nakładkach na dystrybutory) czy ramki ekspozycyjne we wnętrzu stacji. Przyjemny gastronomiczny element, budzący dodatkowo dobre wrażenie jako dodatek za 1 grosz do zakupu

kawy z pewnością mógł być uznany za „prezent” od firmy z okazji świąt.

W ramach sprzedawania atmosfery można w gastronomii zaproponować m.in. kawę czy słodczyce o tradycyjnych smakach korzennych, piernikowych, makowych, które zwykle są elementem potraw świątecznych. Inwestycję taką jednak trzeba dobrze przemyśleć – i wprowadzić w formie atrakcyjnego sezonowego „przedmiotu pożądanego”, który będzie okazją do promocji stacyjnej oferty przez dni bliskie okresowi świątecznemu. Wiele firm oferuje również promocje związane z tradycyjnym asortymentem, określane przymiotnikiem „świąteczny” ze względu na miłe skojarzenie – co także ma swoje uzasadnienie (tańsze tankowanie, prezent w postaci większej liczby punktów lojalnościowych czy promocja na dany artykuł – np. zimowy płyn do spryskiwaczy czy kosmetyki samochodowe). Przy okazji kompletowania świątecznego asortymentu warto również pamiętać, że tydzień później, przed sylwestrową zabawą, wielu klientów również może poszukiwać artykułów sezonowych, choć już nieco innej natury – wtedy warto pomyśleć o promowaniu szampanów, alkoholi czy akcesoriów party (czapeczki, confetti, itp.).

Podsumowując – Boże Narodzenie stanowi wdzięczną okazję do zachęcenia klientów do zakupów, przyciąga ich na stację nie tylko celem za tankowania i umycia samochodów, ale może stać się również niezłym argumentem dla zakupu typowo sezonowych akcesoriów. Operatorzy stacji jednak muszą umiejętnie budować atmosferę i nie bać się ilościowej inwestycji w promocję nie zawsze typowego dla siebie asortymentu. •

Myjnia – biznes nie tylko sezonowy

GRZEGORZ MAZIAK

ZIMA CORAZ BLIŻEJ. CZY TO OZNACZA, ŻE DODATKOWE DOCHODY UZYSKIWANE OD KIEROWCÓW, KTÓRZY PRZY OKAZJI WIZYTY NA STACJI UMYJĄ SAMOCHÓD, ZACZNĄ SPADAĆ? NIEKONIECZNIE, BO PRAKTYKA POKAZUJE, ŻE MYJNIA NIE JEST BIZNESEM SEZONOWYM. WAŻNE JEDNAK, ABY DOBRZE PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO ZIMOWYCH WARUNKÓW.

Możliwość umycia samochodu to jedna z usług dodatkowych, z których kierowcy na stacji paliw korzystają najchętniej. Statystyki pokazują, że sezon jesienno-zimowy wcale nie przynosi spadku liczby klientów, wręcz odwrotnie. – Późna jesień i początek zimy są jednym z najlepszych okresów dla właścicieli myjni. Grudzień to często rekordowy pod względem obrotów miesiąc – mówi Piotr Andrzejewski, Prezes Zarządu w spółce BKF Myjnie Bezdotykowe.



- Koniecznie trzeba sprawdzić instalację cyrkulacji wody, upewniając się czy w pistoletach są zamocowane specjalne zaworki oraz czy zbiornik cyrkulacji jest pełny i nie ma w nim zanieczyszczeń – wskazuje Piotr Andrzejewski. – W przypadku myjni BKF zalecamy, aby zainstalowane w nich farelki były cały czas włączone. Na noc należy ustawić je na maksymalną moc, w razie potrzeby również w dzień. Najlepiej dodatkowo zamontować sobie termometr wewnątrz myjni, aby móc kontrolować temperaturę wewnątrz – dodaje.

Jesienne opady powodują, że samochody brudzą się dużo szybciej niż latem, stąd kierowcy, którzy potrzebują jedynie opłukać lekkie zabrudzenia częściej zaglądają na myjnie samoobsługowe. Problemem dla myjących nie jest też spadek temperatury – W Polsce kierowcy zaczynają omijać myjnie dopiero, kiedy temperatura spada poniżej - 5 st. C. Nasze urządzenia pracują jednak nawet w dużo niższych temperaturach i bazując np. na doświadczeniach z rynku rosyjskiego, na którym jesteśmy obecni od lat, wiemy że nie ma technicznych przeciwwskazań do mycia nawet kiedy za oknem jest mniej niż -15 st. C. – przekonuje Andrzejewski.

JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ NA ZIMĘ?

Biorąc pod uwagę, że okres jesienno-zimowy może generować spory ruch na myjni ważne jest, aby odpowiednio przygotować się na gorsze warunki pogodowe. Pozwoli to uniknąć niepotrzebnych przestojów w pracy. Specjaliści, szczególnie w przypadku nowych myjni będących na gwarancji, zalecają kontakt z serwisem, ale doświadczony właściciel powinien poradzić sobie z tym zadaniem samodzielnie. Na co trzeba zwrócić uwagę, przygotowując myjnię na zimę?

Nie można też zapomnieć o grzaniu posadzki. Oszczędności w tym wypadku nie są wskazane i trzeba zadbać o to, aby system działał cały czas. Dzięki temu z jednej strony unikniemy ryzyka zamarznięcia płynu i awarii myjni, a z drugiej zagwarantujemy bezpieczeństwo kierowcom korzystającym z naszego obiektu.

MYJNIA – WCIĄŻ ATRAKCYJNY BIZNES?

W ocenie ekspertów rynek myjni okres najdynamiczniejszego wzrostu ma już za sobą i nie każdy nowy projekt daje gwarancję komercyjnego sukcesu. Jednak rozszerzenie



Doświadczenia BKF z Rosji pokazują, że ich myjnie działają bez problemów również w mroźnym klimacie.

oferty stacji o możliwość umycia samochodu cały czas jest dobrym pomysłem na rozwój paliwowego biznesu. W przypadku profesjonalnych inwestorów, którzy myjnię traktują jako uzupełnienie swojej podstawowej działalności lub realizują projekt budowy sieci tego typu obiektów,

można osiągnąć efekt synergii, który wpływa na zdecydowaną poprawę osiągniętych wyników.

Biorąc pod uwagę fakt, że proces przygotowania się do inwestycji w myjnię może potrwać nawet 12 miesięcy, koniec roku to dobry

moment na to, aby ruszyć z realizacją projektu i uruchomić niezbędne procedury administracyjne. Ich sprawne załatwienie daje gwarancję tego, że przed kolejnym jesienno-zimowym sezonowym szczytem kierowcy będą mogli umyć samochód na naszej myjni. •



Międzynarodowe Targi Paliwowe
**STACJA I BIZNES
PRZYSZŁOŚCI**

**Myjnia to czysty zysk,
przekonaj się sam.**

**Sprawdź ofertę
najnowocześniejszych
myjni samochodowych**

**5-6 października 2016 r.
Wrocław, Hala Stulecia**

www.targipaliwowe.pl



Hot-dog i co jeszcze? Mała gastronomia na stacjach paliw w Polsce

SZYMON ARASZKIEWICZ

WEDŁUG WYNIKÓW GŁOSOWANIA PRZEPROWADZONEGO PRZEZ PORTAL E-PETROL.PL, AŻ 35 PROC. ANKIETOWANYCH, BĘDĄC NA STACJI W OGÓLE NIE KUPUJE PRZEKĄSEK. JAK WIĘC SPRAWIĆ, BY ZOSTALI NASZYMISZYMI KLIENTAMI? BYĆ MOŻE WARTO ROZBUDOWAĆ OFERTĘ BAROWĄ I DOPASOWAĆ JĄ DO POTRZEB TEJ GRUPY. A JEST O CO WALCZYĆ, BO OFERTA GASTRONOMICZNA PRZYNOSI WŁAŚCICIELOM OBIEKTÓW NAWET 30 – 40 PROC. PRZYCHODU POZAPALIWOWEGO.

Dziś w sektorze małej gastronomii na stacjach paliw dominują popularne hot-dogi. Odwiedzający stacje jedzą je chętnie, choć są i zdeklarowani zwolennicy innych dostępnych dań. Cały czas pojawiają się jednakże nowe propozycje dla właścicieli stacji, pod kątem dalszego rozszerzania oferty gastronomicznej dla klientów, trzeba jednak być ostrożnym w szacunkach, czy stacje będą jeszcze bardziej przypominały mini-bary.

Hasło mała gastronomia na stacji paliw obejmuje bardzo szeroką gamę produktów: w jej skład wchodzi oferta ciepłych przekąsek i dań, takich jak wspomniane hot-dogi, hamburgery czy tosty, ale też wszelkiego rodzaju

knysze czy ciepłe kanapki. Na niektórych stacjach mała gastronomia sprowadza się tylko do oferty ciepłych napojów, inne mają przystajne bary czy wydzielone części powierzchni, gdzie kierowcy mogą zjeść nawet zestawy obiadowe.

Stacje paliw od przynajmniej kilkunastu lat coraz częściej i chętniej oferują klientom możliwość zakupu asortymentu innego niż tylko same paliwa. Coraz mniej jest w Polsce punktów sprzedaży wyłącznie paliw, najczęściej na stacjach kupić można coś jeszcze, od artykułów motoryzacyjnych, właśnie po jedzenie. Zaczynając od napojów czy produktów żywieniowych o dłuższym terminie trwałości stacje przeszły z czasem w kierunku serwowania też ciepłego jedzenia.

Ostatnie lata to czas niestabilnych marż w handlu paliwami w Polsce, okresy dobrych zarobków przeplatane są takimi, gdy sama sprzedaż paliw ledwo pokrywa koszty działania firmy. Marże uzyskiwane na sprzedaży produktów pozapaliwowych, np. gastronomicznych, są natomiast, w porównaniu

z paliwowymi, bardzo wysokie, jest to więc dodatkowy strumień pieniędzy dla przedsiębiorcy.

Sama gastronomia potrafi przynieść nawet ponad 30 proc. przychodu pozapaliwowego, widać więc, że warto by właściciele stacji uważniej przyjrżeli się możliwościom, jakie daje im gastronomia i odnieśli je konkretnie do swoich obiektów. Portal branży paliwowej e-petrol.pl latem tego roku zapytał odwiedzających, jakie są ich ulubione przekąski spośród dostępnych na stacjach paliw. Zdecydowanie zwyciężył, osiągając ponad 50 proc. głosów, hot-dog. W dużej mierze tak dobry rezultat wynika z faktu, że jest to w tej chwili najbardziej rozpoznawana forma dania ciepłego na stacjach paliwowych. Kierowcy głosowali na tę opcję, którą najlepiej znają, do której są najbardziej, w praktyce, przyzwyczajeni. – *Za sukcesem hot-dogów w Polsce stoją właśnie stacje benzynowe* – mówi w rozmowie z „Na Stacji Paliw” Jacek Polcyn, prezes zarządu firmy Instanco, dostarczającej sprzęt do przygotowywania hot-dogów. – *Łatwość i szybkość ich przygotowywania pozwoliły stacjom zaoferować je dużej grupie klientów, jakimi są kierowcy,*



zazwyczaj podróżujący z pasażerami. Nie mają oni zwykle czasu na dłuższy postój i długie posiłki. Po sukcesie hot dogów na stacjach pomysł został przejęty przez sklepy spożywcze, oferujące teraz klientom, jako szybką przekąskę, już nie tylko drożdżówki, ale też hot-doga, którego równie łatwo zjeść „w biegu” – wyjaśnia.

Na tle pozycji hot-doga w ankiecie, wyniki osiągnięte przez inne propozycje gastronomiczne (jak zapiekanki, pierogi czy panini) wyglądają zdecydowanie skromniej (zagłosowało na nie raptem po 2-3 proc. ankietowanych). Co ciekawe, 35 proc. głosujących powiedziało, że nie kupuje w ogóle przekąsek na stacjach paliw. Ta grupa wciąż pozostaje zatem jako możliwa do przyciągnięcia przez kulinarną ofertę stacji.



Gdy kilka-kilkanaście lat temu stacje paliw coraz bardziej interesowały się małą gastronomią, pojawiały się artykuły w mediach, że jest to nieuchronny kierunek rozwoju dla tego sektora. Czy można jednak powiedzieć zdecydowanie, że absolutnie każda stacja

paliw powinna oferować swoim klientom ciepłe jedzenie? Czy jest to rozwiązanie dla każdego, które przyjmie się wszędzie? – Przed podjęciem

jakiegokolwiek decyzji trzeba mieć świadomość, że nie ma idealnych i uniwersalnych rozwiązań dla wszystkich, tak też jest z małą gastronomią na stacjach paliw – tonuje Ireneusz Jabłonowski z firmy HUZAR PSP, administrującej siecią HUZAR, zrzeszającą pod wspólnym logo grupę kilkudziesięciu niezależnych właścicieli stacji paliw w Polsce. – Stacje decydujące się na małą gastronomię muszą wziąć pod uwagę lokalizację stacji, np. czy obiekt znajduje się przy ruchliwej trasie i to, czy ma duży parking. Jeżeli tak, to warto rozważyć inwestycję w bar, ale jeżeli miejsce na to nie pozwala i ruch jest mniejszy, to sprzedaż hot-dogów będzie lepszym rozwiązaniem – wyjaśnia. – Uruchomienie oferty hot-dogów wymaga mniejszych nakładów niż bar, ale obsłużymy klientów spieszących się i głodnych – dodaje. HUZAR oferuje możliwość bezpiecznego przetestowania rozwiązań gastronomicznych tym obiektom w swojej sieci, dla których analizy pokazują, że jest to perspektywiczny kierunek: jeżeli praktyka nie potwierdzi rezultatów wyliczeń, to sprzęt jest wycofywany. – Analizując jednostkową marżę, jaką osiąga się na sprzedaży paliw na stacji w porównaniu z marżą na produktach gastronomicznych, wyniki przemawiają na korzyść gastronomii – uważa Leszek Hendzel, dyrektor ds. operacyjnych sieci stacji MOYA, która stworzyła i wdraża u swoich członków rozbudowany koncept Caffé MOYA.

– Ale należy pamiętać, że to paliwo jest głównym produktem na stacji i wysokość sprzedaży paliw na stacji będzie determinować sprzedaż pozostałych produktów czy usług – dodaje. Pamiętajmy więc, że jeżeli stacja paliw osiąga umiarkowane rezultaty wolumenowe przy sprzedaży paliw, to



czas zwrotu nakładów poniesionych na uruchomienie tam oferty gastronomicznej może być długi, lub wręcz przedsięwzięcie nie będzie opłacalne.

Czego potrzeba, by rozpocząć na stacji działalność typu mała gastronomia? Podstawa to wypełnienie wymagań sanitarno-epidemiologicznych, potem trzeba konkretnie zdecydować już, co do asortymentu. – Zdecydowanie

najmniejsze nakłady finansowe są potrzebne żeby zacząć sprzedaż świeżych kanapek na stacjach paliw, to najtańsze i coraz bardziej popularne rozwiązanie – podpowiada Ireneusz Jabłonowski z HUZARA. Hot-dogi też stosunkowo prosto wdrożyć. Według Jacka Polcyna moduły do ich przygotowania nie zajmują dużo miejsca, więc wymagają wydzielenia stosunkowo niewielkiej przestrzeni, jego zdaniem najlepiej blisko stanowiska kasowego. Moduł składa się z podstawy chłodniczej oraz płyty roboczej, na której ustawia się urządzenia termiczne do przygotowywania hot-dogów (podgrzewacz rolkowy, ruszt-kontakt grill, ale może być też podgrzewacz parowy do parówek). Leszek Hendzel z sieci MOYA potwierdza: – Projekt gastronomiczny nie wymaga wielkiej powierzchni, wystarczy nawet 1,5 do 2 m², wykorzystane np. w ciągu lady kasowej – tłumaczy.

KEBAB, PIZZA I FRYTKI, O TYM MARZY KIEROWCA

Sugestią co do możliwego kierunku dalszego rozwoju gastronomii na stacjach mogą być z kolei wyniki innej ankiety przeprowadzonej przez portal e-petrol.pl jesienią 2015 r. Jej uczestnicy odpowiadali na pytanie, jakiego dania na stacjach paliw im obecnie brakuje, co chętnie zobaczyliby w ofercie gastronomicznej tych obiektów. Zdecydowanie

Co tu zjeść?

Danie, którego brakuje na stacji paliw - wg użytkowników portalu e-petrol.pl

KEBAB	21,5%
PIZZA	15,9%
FRYTKI	13,6%
ZUPA	11,7%
ŚWIEŻO WYCISKANY SOK	11,3%
KUCHNIA MEKSYKAŃSKA	7,9%
DANIA WEGETARIANSKIE	7,6%
KUCHNIA WŁOSKA	5,4%
SUSHI	5,0%



Źródło:
Ankieta przeprowadzona w oparciu
o ponad 1000 głosów czytelników
portal e-petrol.pl

e-petrol.pl

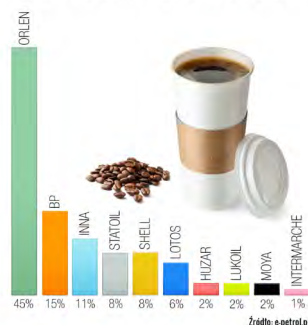
lideruje tutaj kebab (21,5 proc. wskazań), wyprzedzając pizzę (15,9 proc.) i frytki (14 proc.). Swoich orędowników mają nachosy i tortille (7,9 proc.) podobnie jak dania wegetariańskie (7,6 proc.), świeżo wyciskane soki i zupy serwowane na miejscu (po niespełna 12 proc.) spaghetti, 5,4 proc.), a nawet sushi (5 proc.). Widać więc, że bywalcy lokali gastronomicznych chętnie zobaczyliby na stacjach przeniesienie ofert znanych z restauracji i barów. Niestety, przygotowywanie wielu bardziej wyrafinowanych i zaawansowanych posiłków wymaga posiadania rozbudowanego zaplecza, spełniającego szereg szczególnych wymagań sanitarnych. Praktycznie zamyka to możliwość ich sprzedawania mniejszym stacjom, niedysponującym dużymi budynkami biurowo-kasowymi. Niektóre formy małej gastronomii pozostają więc zarezerwowane dla większych stacji. W podobnym duchu wypowiada się Leszek Hendzel: - *Na pewno będziemy na rynku paliw obserwować rozszerzanie oferty, ale nie stanie się to powszechne. Dla małych stacji, w mniejszych lokalizacjach, czy nawet dla stacji miejskich, gdzie bezpośrednią konkurencją będą*

restauracje, rozwój gastronomii na szerszą skalę to duże nakłady finansowe, ale też organizacyjne.

OBOWIĄZKOWA KAWA

Oprócz ciepłego jedzenia na stacjach paliw można też kupować kawę czy herbatę. - *Automat do gorących napojów często nie jest rozpatrywany już pod kątem opłacalności, a raczej uważa się kawę za obowiązkową przy tankowaniu* - wyjaśnia Ireneusz Jabłonowski z sieci HUZAR. - *Klient nie chce też pić byle jakiej kawy!* - zaznacza. Automaty można oczywiście kupić (oferta jest rozbudowana i bardzo zróżnicowana cenowo) ale też je wydzierżawić. Dostawcy oferują też rozwiązania na zasadzie obniżenia ceny samego automatu, w zamian za zobowiązanie stacji do kupowa-

Na której stacji paliw najczęściej kupujesz kawę?



nia określonych ilości kawy w regularnych odstępach czasu. Właściciel stacji zainteresowany przystąpieniem do którejś z sieci może spodziewać się oferty też w zakresie organizowania na stacji „kafika kawowego” na wynegocjowanych przez danego operatora z dostawcami warunkach. Jeśli chodzi o technikę organizacji sprzedaży



kawy na stacji, to spotyka się najczęściej wydzielone strefy w sklepikach i budynkach przystacyjnych, gdzie klienci sami przygotowują sobie napoje, lub są one serwowane przez pracowników stacji.

- *Rynek oczywiście dyktuje warunki, dziś klienci po prostu oczekują dodatkowych ofert na stacjach paliw i coraz częściej oferta gastronomiczna staje się bodźcem do zatrzymania na stacji* - podsumowuje Leszek Hendzel z MOYA. Jacek Polcyn z firmy Intanco wierzy w utrzymanie pozycji przez hot-dogi: - *Hot-dog stale konkuruje z innymi przekąskami, oferowanymi przez te same punkty sprzedaży, które przez lata je promowały. Szeroka oferta przyciąga klientów, ponieważ nie każdy ma ochotę na hot-doga. Można jednak założyć, że hot-dogi w Polsce przez długi czas pozostaną „numerem jeden” na liście szybkich dań, głównie ze względu na niską cenę i wygodę ich jedzenia* - prognozuje.





myj bezdotykowo
płać **zbliżeniowo!**

odkryj **nowe sposoby**
płatności za mycie pojazdu

odwiedź nas
na targach we Wrocławiu

przekonaj się,
jak działa innowacyjny
system **BKF Pay**



płatność
kartą zbliżeniową



płatność
smartfonem



wirtualny
portfel

Partner biznesowy bez koncesji?

JAKĄ KARĘ PIENIĘŻNĄ MOŻE WYMIERZYĆ PREZES URE PRZEDSIĘBIORCY ZA HANDEL Z PARTNERAMI BEZ WYMAGANEJ KONCESJI NA OBRÓT PALIWAMI? CZY JEST SPOSÓB, BY UCHRONIĆ SIĘ PRZED SANKCJAMI?

Zawieranie umów kupna-sprzedaży paliw ciekłych z przedsiębiorcami nieposiadającymi wymaganych prawem koncesji, za wyjątkiem sprzedaży dla odbiorcy końcowego, może spotkać się z bardzo dolegliwą karą wymierzaną właśnie przez Prezesa URE. Kara ta może maksymalnie osiągnąć 15% przychodu ukaranego przedsiębiorcy z poprzedniego roku podatkowego wynikającego z działalności koncesjonowanej. Karę tą Prezes URE powinien wymierzyć, uwzględniając stopień zawi-

nienia oraz szkodliwości czynu, dotychczasowe zachowanie ukaranego i jego możliwości finansowe. Co więcej, może on również odstąpić od wymierzenia kary, jeżeli stopień szkodliwości czynu jest znikomy, a przedsiębiorca zaprzestał naruszania prawa lub zrealizował nałożony obowiązek. Nie można jednak również wykluczyć możliwości cofnięcia koncesji przedsiębiorcy jeżeli Prezes URE oceni, że dopuścił się on rażącego naruszenia jej warunków.

Należy również pamiętać, że także w tym przypadku Prezes URE

może nałożyć karę pieniężną na osobę kierującą przedsiębiorstwem karę pieniężną do wysokości 300% jego miesięcznego wynagrodzenia. Czy jest sposób, by uchronić się przed sankcjami? Wydaje się, że jest sposób by zapewnić, że dochowało się należytej staranności, aby zapobiec zarzutom dokonywania obrotu z partnerami nieposiadającymi koncesji. W tym celu zalecam rzetelne i skrupulatne weryfikowanie swoich kontrahentów, czy to przez bezpośrednie stawianie im pytań dotyczących koncesji, bądź poprzez pozyskiwanie tych informacji ze źródeł publicznych (np. strona internetowa Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki), a następnie archiwizowanie zebranych informacji, aby w razie ewentualnej kontroli udowodnić, że dochowana została należyta staranność przy nawiązywaniu współpracy handlowej.

JAKIE SĄ SPRAWDZONE SPOSOBY, ABY ZWERYFIKOWAĆ PARTNERA - DOSTAWCĘ PALIW DO STACJI? MOŻE ZDRADZI PAN KILKA DOBRYCH WSKAZÓWEK, BY BEZPIECZNIE PROWADZIĆ INTERESY W TEJ BRANŻY.

Sposobów na sprawdzenie kontrahenta jest w gruncie rzeczy bardzo dużo, a obecny rozwój technologii nam to ułatwia. Podstawową zasadą przy weryfikacji partnera powinno być tzw. ograniczone zaufanie. Przedsiębiorstwo energetyczne



może uniknąć kary, gdy wykaże, że obiektywne okoliczności danej sprawy uniemożliwiają przypisanie mu naruszenia przepisów ustawy z uwagi na podjęte przez to przedsiębiorstwo działania o charakterze ostrożnościowo – prewencyjnym.

Należy zatem pamiętać, iż same ustne zapewnienia kontrahenta, że posiada wszelkie przewidziane prawem uprawnienia, nie powinny nam wystarczyć. Warto zażądać okazania koncesji na obrót paliwami ciekłymi i zwrócić uwagę na termin jej obowiązywania, może bowiem również się zdarzyć, że przedsiębiorca, z którym ma zostać zawarta umowa posiada koncesję na obrót paliwami ciekłymi, lecz straciła ona ważność, lub wygaśnie w czasie trwania współpracy.

Sam fakt, że Państwa kontrahent posiada koncesję nie oznacza jeszcze, że może handlować paliwem, które ma być przedmiotem umowy. Przedmiot i zakres działalności opisany w decyzji o udzieleniu koncesji może bowiem wskazywać ściśle określony katalog paliw, którymi dany przedsiębiorca może handlować. Sprzedaż innego rodzaju paliwa (niewymienionego w koncesji) będzie wykroczać już poza zakres koncesji, a w związku z tym może podlegać karze. Oczywiście nie będzie to dotyczyło przypadków, w których w koncesjach zamieszczane jest ogólne sformułowanie zgodnie z którym „przedmiotem działalności objętej koncesją jest działalność polegająca na obrocie paliwami ciekłymi”.

A jak zabezpieczyć się przed nieuczciwymi kontrahentami, bezpodstawnie deklarującymi

posiadanie koncesji? Zawsze polecam sprawdzić uzyskane od kontrahentów informacje w prowadzonym przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki rejestrze przedsiębiorstw posiadających koncesje na stronie internetowej www.ure.gov.pl.

Ponadto warto zażądać od partnera, by przedłożył do wglądu odpowiednie zaświadczenia potwierdzające prowadzenie działalności gospodarczej, np. zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej CEIDG lub odpis z rejestru przedsiębiorców KRS. Również w tym przypadku, dzięki internetowi możemy wywręczyć naszego kontrahenta, sprawdzając dane w rejestrze na stronie internetowej www.ceidg.gov.pl. W przypadku spółek rejestrem, dzięki któremu możemy samodzielnie zweryfikować kontrahenta jest Krajowy Rejestr Sądowy, dostępny na stronie www.krs.ms.gov.pl.

Zwracam szczególną uwagę na konieczność posiadania aktualnych danych kontrahenta przy nawiązaniu z nim współpracy, bowiem niejednokrotnie spotkałem się z przypadkami, kiedy Prezes URE, wymierzając karę nie uwzględnił argumentacji przedsiębiorcy, zgodnie

z którą żądał on od swojego kontrahenta przedłożenia dokumentu potwierdzającego prowadzenie działalności gospodarczej. Musiał wówczas dodatkowo wykazać, że dokument ten, w momencie jego przedstawiania, był aktualny. Warto zatem samodzielnie zadbać o swoje interesy, nie czekając na dobrowolny ruch ze strony kontrahenta.

Od kontrahenta można również oczekiwać złożenia oświadczenia potwierdzającego, że jest przedsiębiorcą posiadającym odpowiednią koncesję. W takim oświadczeniu może się również znaleźć zobowiązanie kontrahenta, aby informował niezwłocznie o ewentualnych zmianach decyzji koncesyjnej (oświadczenie to, może być zawarte również w umowie sprzedaży paliwa).

Kolejnym z szeregu działań ostrożnościowo – prewencyjnych, które mogłyby ewentualnie prowadzić do zwolnienia z odpowiedzialności z tytułu naruszenia obowiązku koncesyjnego do oferowania do sprzedaży paliw zgodnych z normami, może być dowodzenie, że przedsiębiorca wdrożył i wykonuje w praktyce procedury, mające na celu wyrywkową, wewnętrzną kontrolę składowanych paliw.

Zachowanie czujności i przezorności poprzez stosowanie powyższych wskazówek oczywiście może być czasochłonne, jednak wysiłek ten warto podjąć z myślą o minimalizowaniu ryzyka poniesienia dolegliwych finansowych konsekwencji zaniechań podczas weryfikacji kontrahenta. •



TOMASZ DOBRZYŃSKI –
RADCA PRAWNY I WSPÓLNIK
W KANCELARII PRAWNICZEJ
CWW SPECJALIZUJĄCEJ
SIĘ W DORADZTWIE DLA
PRZEDSIĘBIORCÓW Z BRANŻY
PALIWOWEJ I ENERGETYCZNEJ.
ABSOLWENT UNIWERSYTETU
W BIAŁYMSTOKU ORAZ BOCHUM/NIEMCY.

LEPSZA ENERGIA NA TWOJEJ STACJI



ZOSTAŃ NASZYM PARTNEREM

Wejdź na stronę www.total.com.pl

Lepsza energia na drogę. Codziennie



TOTAL
COMMITTED TO BETTER ENERGY

Znana marka pomoże samodzielnym stacjom

GRZEGORZ MORAWSKI

POMYSŁ PRZYSTĄPIENIA DO SIECI FRANCYZOWEJ BUDZI WIELE WĄTPLIWOŚCI WŚRÓD WŁAŚCICIELI NIEZRZESZONYCH STACJI PALIW. WARTO JE ROZWIĄĆ, BO ZMIANA SZYLDU NA MARKOWY MOŻE DAĆ BIZNESOWI POZYTYWNY IMPULS.

Franczyza jako model współpracy przedsiębiorstw rozwija się na polskim rynku od ponad dwóch dekad. Jak wynika z „Raportu o franczyzie PROFIT system”, w 2014 roku liczba firm udzielających licencji na biznes pod swoją marką przekroczyła 1 tys., a w ramach sieci franczyzowych działało ponad 60 tys. przedsiębiorstw. Z franczyzowymi markami spotykamy się na co dzień niemal na każdym kroku – w galeriach czy centrach handlowych, w sklepach spożywczych i oczywiście na stacjach paliw. A mimo to dla wielu przedsiębiorców hasło „franczyza” wciąż wiąże się z wieloma niewiadomymi. Warto rozwiązać te wątpliwości, zwłaszcza jeśli są one udziałem właścicieli stacji paliw. Na tym rynku franczyza odgrywa wręcz kluczową rolę.

KILKA FAKTÓW O FRANCYZIE

Złośliwi mówią, że franczyza to taka skomplikowana umowa, na podstawie której jedna firma za duże pieniądze kupuje prawo do działania pod cudzą marką, a potem musi co chwila spowiadać się ze swoich działań „wielkiemu bratu” – franczyzodawcy. Ten zaś nie tylko nęka biednego franczyzobiorcę ciągłymi kontrolami, ale na dodatek też ściąga od niego haracz w postaci procentu od obrotu bądź ryczałtowych opłat. Ujmowanie franczyzy w tak czarnych kolorach ma na szczęście mało wspólnego z rzeczywistością.

Franczyzowy model współpracy powstał po to, by przynieść wymierne korzyści zarówno franczyzodawcom, jak i tym, którzy licencję na biznes kupują. Właściciel znanej marki, który staje przed dylematem, czy rozwijać sieć sprzedaży samodzielnie, czy dokonując inwestycji na własną rękę, może wykorzystać franczyzę by z jednej strony ograniczyć koszty, a z drugiej pozyskać zaangażowanych partnerów w biznesie. Natomiast przedsiębiorca otwierający własną firmę na licencji już na starcie zyskuje przewagę nad innymi biznesowymi debutantami. Dzięki know-how, doświadczeniu franczyzodawcy, a przede wszystkim jego znanej marce, może przezwyciężyć bariery wejścia na rynek, które dla wielu firm okazują się zabójcze.

Taki model kooperacji na światowych rynkach sprawdza się od wielu dekad. Co ważne, jego uniwersalny charakter powoduje, że można go wykorzystywać w rozmaitych branżach i niezależnie od specyfiki działalności. Marki franczyzowe są licznie reprezentowane zarówno w branżach handlowych, jak i usługowych. Zasady współpracy niezależnie od rodzaju biznesu są bardzo zbliżone: franczyzobiorca kupuje prawo do wykorzystania marki i unikalnego modelu biznesowego dawcy licencji. W zamian za to zobowiązuje się do prowadzenia biznesu na własny rachunek, ale według wytycznych franczyzodawcy. Zgodnie z umową

ma też obowiązek odprowadzania regularnych opłat na rzecz właściciela marki. To opłata za korzystanie z pakietu franczyzowego, ale też za ciągłą gotowość wsparcia, jaką powinien wykazywać dawca licencji.

LICENCYJNYCH STACJI PRZYBYWA

Na rynku stacji paliw franczyza odgrywa szczególnie istotną rolę. Niezależnym stacjom coraz trudniej jest walczyć o klienta, ponieważ nie dorównują potencjałem zakupowym swoim koncernowym konkurentom. Przez to też nie mają szans, by oferować swoim klientom tak atrakcyjnych cen, jak duzi gracze. Nie wspominając o tym, że w strukturze przychodów stacji coraz ważniejszą rolę odgrywa oferta szybko zbywalnych produktów spożywczych (FMCG), a w tym zakresie dobre warunki handlowe może zapewnić tylko silny hurtownik. Dla wielu właścicieli niezrzeszonych stacji jedyną szansą na utrzymanie swojego biznesu jest więc przystąpienie do sieci. Jak wynika z danych PROFIT system na koniec 2014 roku w Polsce działało 1,4 tys. licencyjnych stacji paliw, z czego większość, bo ponad 1,2 tys. stanowiły stacje franczyzowe, a pozostałą część placówki agencyjne. Zasadnicza różnica pomiędzy tymi modelami polega na zasadach rozliczania. W przypadku systemów franczyzowych partner kupuje od franczyzodawcy paliwo po

ustalonych wcześniej cenach, a jego zyski zależą od własnych narzutów na cenę hurtową. Tymczasem agent nie ponosi kosztów zatowarowania (paliwo aż do momentu sprzedaży końcowemu klientowi pozostaje własnością francyzodawcy), a jego przychody zależą od prowizji od obrotów, jakie notuje jego stacja.

Z danych jasno wynika, że licencyjne placówki stanowią już blisko ¼ wszystkich stacji nad Wisłą, a ich liczba systematycznie rośnie. Dla wielu przedsiębiorców jednak przystąpienie do sieci wiąże się z obawą o utratę niezależności. W podjęciu decyzji może pomóc lepsze zrozumienie istoty współpracy franczyzowej na tym rynku.

JAK WYBRAĆ FRANCYZODAWCĘ?

Właściciel stacji paliw, który zdecyduje się przystąpić do sieci, zachowuje odrębność jako podmiot gospodarczy i niezmiennie prowadzi działalność na własny rachunek. Jest jednak zobowiązany do tego, by dostosować swój obiekt do wymogów i standardów francyzodawcy. Dostosowanie to wiąże się z koniecznością przeprowadzenia prac remontowych, a te generują często znaczne koszty. Wydatki te obciążają partnera przystępującego do sieci, toteż zakres prac i skala dostosowań powinna być wzięta pod uwagę przy wyborze oferty franczyzowej.

Również ze względu na inwestycję w dostosowanie stacji należy zwrócić uwagę na czas trwania umowy franczyzowej. Z definicji współpraca w tym modelu powinna być długoterminowa, ale franczyzobiorca powinien tę długoterminowość oceniać przede wszystkim przez pryzmat tego, czy włożone w remont stacji środki zdążą się zwrócić. Umowa powinna być zawarta na określony termin, ale bez możliwości wcześniejszego wypowiedzenia.

Ponieważ jedną z głównych zasad współpracy na licencji jest równość stron, każdego z franczyzobiorców w ramach sieci powinny obowiązywać te same zasady kooperacji. Kandydaci na franczyzobiorców nie powinni więc dziwić się, że zasad przystąpienia do sieci nie można negocjować.

Nie powinny ich też dziwić zawarte w umowie franczyzowej zapisy związane z ochroną konkurencji. Stanowią one bowiem gwarancję, że unikalne know-how francyzodawcy nie zostanie później użyte przeciw niemu. Francyzodawca może zakazać partnerom udziału w konkurencyjnych koncepcjach w okresie do roku po zakończeniu współpracy. Standardowo zobowiązuje ich też do zachowania w tajemnicy przekazanych mu danych prowadzenia biznesu, przy czym ten zakaz może być nieograniczony czasowo. Francyzodawca zastrzega sobie też prawo do kontrolowania franczyzobiorców. Nadzorowi podlegać może zaopatrzenie, jakość działania, a także finanse.

MARKA TO PODSTAWA

Wybór francyzodawcy powinien zostać podjęty przede wszystkim na podstawie analizy korzyści i atutów, jakie mogą stać się udziałem właściciela stacji przystępującego do sieci. Ponieważ oferta francyzodawców na rynku stacji paliw jest dość homogeniczna, a poszczególne koncepcje konkurują między sobą raczej niuansami niż fundamentalnymi różnicami, franczyzobiorcy powinni zwrócić uwagę przede wszystkim na markę. Jej rozpoznawalność to rzecz kluczowa, ale warto też spojrzeć

przez pryzmat społecznego wizerunku danego brandu. W końcu za jego pośrednictwem samodzielna stacja benzynowa ma zyskać wiarygodność, której często brakuje lokalnym punktom sprzedaży paliw.



Sprawdzony francyzodawca powinien przekazać też projekt wizualizacji stacji, z a p e w n i ć szkolenia dla franczyzobiorcy i jego pracowników, a także zapewnić pomoc na etapie uruchomienia placówki. Powinien też pozostawić do dyspozycji franczyzobiorcy, wspierając bieżące zarządzanie stacją. Szczególnie ważna w przypadku stacji paliw jest pomoc w zakresie zaopatrzenia i kontroli zapasów, które to mają szczególne znaczenie w zarządzaniu płynnością finansową.

Należy mieć świadomość, że kupno licencji franczyzowej oznacza zaangażowanie w długoterminową współpracę, której obie strony są równe. Franczyzobiorca ryzykuje zainwestowany kapitał, a dawca licencji – renomę własnej marki. Obie strony mają coś do stracenia, ale przede wszystkim sporo do zyskania. Franczyza nie jest gwarancją biznesu, ale sprawdzonym przepisem na własną firmę. Aby wykorzystać maksimum jej zalet, trzeba jednak najpierw upewnić się, że wybrało się właściwego francyzodawcę i czy jego concept pasuje do naszych przekonań i stylu działania. •

AUTOR JEST DZIENNIKARZEM MIESIĘCZNIKA
„WŁASNY BIZNES FRANCHISING”
I PORTALU FRANCHISING.PL



25 LAT DOŚWIADCZENIA



Stacje paliw



Sprzedaż z dostawą do klienta



Sprzedaż z baz paliw

STACJE PALIW PETRODOM



Petrodom Venna Sp. z o.o. Sp. k
ul. Sidorska 61, 21-500 Biała Podlaska
tel. 83 344 44 04, 83 344 44 07

biuro@petrodom.pl
www.petrodom.pl

ODKURZACZ PAROWY SELF-SERVICE

Pierwszy samoobsługowy
odkurzacz parowy
do prania tapicerki



Odkurzacze Parowe Self-Service to urządzenie przeznaczone do samoobsługowego prania i dezynfekcji tapicerki metodą parową. Jest to pierwsza maszyna dostępna na rynku pozwalająca na samodzielne czyszczenie tapicerki we własnym samochodzie.

Odkurzacze Parowe Self-Service został zaprojektowany z myślą o stacjach benzynowych oraz samoobsługowych myjniach bezdotykowych jako produkt pozwalający na poszerzenie gamy świadczonych usług i przyciągnięcie dodatkowych klientów.

Samoobsługowy odkurzacz parowy to również doskonały pomysł na inwestycję dla wszystkich osób, które posiadają teren w atrakcyjnej lokalizacji i myślą o odpowiednim ulokowaniu pieniędzy.

- ✓ Umożliwienie kierowcom własnoręcznego czyszczenia wnętrza pojazdu jest odpowiedzią zarówno na potrzeby właścicieli myjni, jak i ich klientów
- ✓ Szansa dla stacji benzynowych i myjni bezdotykowych na pozyskanie nowych klientów chcących samodzielnie wyczyścić wnętrze samochodu
- ✓ Najlepszy i najtańszy sposób na wypranie tapicerki w samochodzie



Szybki czas schnięcia

Po praniu siedzenie jest suche, co pozwala na korzystanie z samochodu bezpośrednio po użyciu urządzenia.



Oszczędność pieniędzy

Wszystkie fotele wypierzesz i zdezynfekujesz za ułamek kwoty, którą trzeba zapłacić za pranie tapicerki na myjni ręcznej.



Dezynfekuje

Para o temperaturze powyżej 120° C niszczy i eliminuje bakterie, roztocza, grzyby i inne chorobotwórcze mikroorganizmy ograniczając tym samym ryzyko chorób i alergii.



Eliminuje zapachy

para posiada właściwości neutralizujące przykre zapachy takie jak resztki jedzenia czy dym tytoniowy.

Adam Szarwiło

tel: (+48)662 408 561

adam.szarwilo@greensteam.pl



www.inwestujwmyjni.pl
www.greensteam.pl

Niewiele trzeba, aby tapicerka została ubrudzona...

DLACZEGO OPŁACA SIĘ INWESTYCJA W SAMOOBŚLUGOWY ODKURZACZ PAROWY DO PRANIA TAPICERKI MÓWI NAM ADAM SZARWIŁO, KRAJOWY KIEROWNIK SPRZEDAŻY GREEN STEAM POLSKA.

Czy samoobsługowy odkurzac parowy z przeznaczeniem do prania tapicerki może stanowić pomocne rozwiązanie dla właścicieli stacji paliw, którzy poprzez dodanie nowej usługi planują zwiększyć atrakcyjność i konkurencyjność swojej oferty?

Zabrudzenia na tapicerce samochodowej bywają uciążliwe do usunięcia. A tymczasem w ofertach myjni samoobsługowych i stacji benzynowych w dalszym ciągu nie ma alternatywnych środków, umożliwiających szybkie pozbycie się zanieczyszczeń z poszycia siedzeń. Samochodowa tapicerka to prawdziwa zmora dla wielu kierowców. Jej utrzymanie i czyszczenie bywa kłopotliwe. Co gorsza na rynku dotąd nie było urządzeń ani preparatów, które umożliwiałyby jej samodzielne częściowe wyczyszczenie z zadawalającym efektem.

W tym momencie jest już dostępny na rynku odkurzac parowy Self-Service, który umożliwia wypranie tylko tych elementów tapicerki, które są zabrudzone bez konieczności przepłacania. Jest to ogromna szansa dla wszystkich obiektów typu myjnie samochodowe, stacje benzynowe, czy dla właścicieli przydrożnych terenów, którzy inwestując w ten sprzęt – zyskają atrakcyjną i konkurencyjną ofertę.

Do tej pory jedyną alternatywą dla kierowców szukających ratunku dla swojej zabrudzonej tapicerki samochodowej były myjnie ręczne, oferujące czyszczenie jej w całości. Jednak koszt takiej usługi jest stosunkowo wysoki,

przy jednocześnie zauważalnych mankamentach takich jak długi czas schnięcia materiału czy brak niwelowania nieprzyjemnych zapachów. Jak wygląda koszt wykorzystania odkurzacza samoobsługowego?

Skuteczną alternatywą dla tego rozwiązania okazuje się samoobsługowy odkurzac parowy, oferowany przez firmę Green Steam. Dla obiektów przydrożnych, stacji paliw i samoobsługowych myjni to doskonała okazja do tego, aby poszerzyć swoją ofertę o wyjątkową usługę, na którą jest na rynku ogromne zapotrzebowanie. Kupno tego sprzętu to pewna inwestycja. Dotychczas kierowcy, którzy musieli skorzystać z takiej usługi płacili za nią około 150 zł. Obecnie można skorzystać z możliwości wyczyszczenia tylko tej części tapicerki, która rzeczywiście jest zabrudzona. A co za tym idzie, skorzystanie z tej usługi będzie dużo tańsze. Korzystanie z odkurzacza parowego przez 2,5 minuty to koszt 5 zł. Czyszczenie fotela kierowcy zajmie nam około 5 minut i maksymalnie będzie kosztowało 10 zł. Obiekty, które zdecydują się na wprowadzenie nowej usługi z pewnością odczują realne zapotrzebowanie na tę usługę, a co za tym również idzie, zysk.

A jakie są techniczne zalety urządzenia samoobsługowego

Odkurzac Parowy Self-Service to urządzenie przeznaczone do

samoobsługowego prania i dezynfekcji tapicerki metodą parową. Taka forma czyszczenia zabrudzeń ma wiele korzyści, ponieważ pod wpływem pary o temperaturze powyżej 100°C eliminowane są wszelkiego rodzaju bakterie, roztocza oraz inne chorobotwórcze mikroorganizmy. Co więcej, wykorzystanie pary umożliwia wyeliminowanie z tapicerki przykrych zapachów, takich jak pozostałości po jedzeniu czy też dymu tytoniowego. Nie bez znaczenia pozostaje też fakt, iż para nie stanowi zagrożenia dla elementów elektrycznych, które mogą znajdować się w pobliżu czyszczonych elementów.

Czy montaż urządzenia na stacji może być kwestią nastrożającą większych komplikacji technicznych?

„Prosty sposób montażu odkurzacza parowego Self-Service to dla mnie dodatkowa korzyść” – takie opinie słyszymy od naszych klientów. Inwestując w sprzęt nie muszą się oni martwić o dodatkowe kwestie, jak np. zapewnienie specjalnego miejsca na swojej stacji. Aby odkurzac działał wystarczy tylko dostęp do elektryczności. Wprowadzenie nowej usługi do swojej oferty to szansa dla właścicieli obiektów na pozyskanie nowych klientów, chcących samodzielnie wyczyścić wnętrze swojego samochodu. •



Pierwsze kwartały bez pięciu złotych

GABRIELA KOZAN, JAKUB BOGUCKI

PIERWSZE DWA KWARTAŁY NADCHODZĄCEGO ROKU MOGĄ OKAZAĆ SIĘ OKRESEM, W KTÓRYM POTWIERDZI SIĘ PRAWIDŁOWOŚĆ Z OSTATNICH LAT – CENA OLEJU NAPĘDOWEGO W DETALU PRZESKOCZY PONAD WYNIKI BENZYNY 95-OKTANOWEJ. TAKA SYTUACJA MOŻE POTRWAĆ DO POCZĄTKÓW WIOSNY.

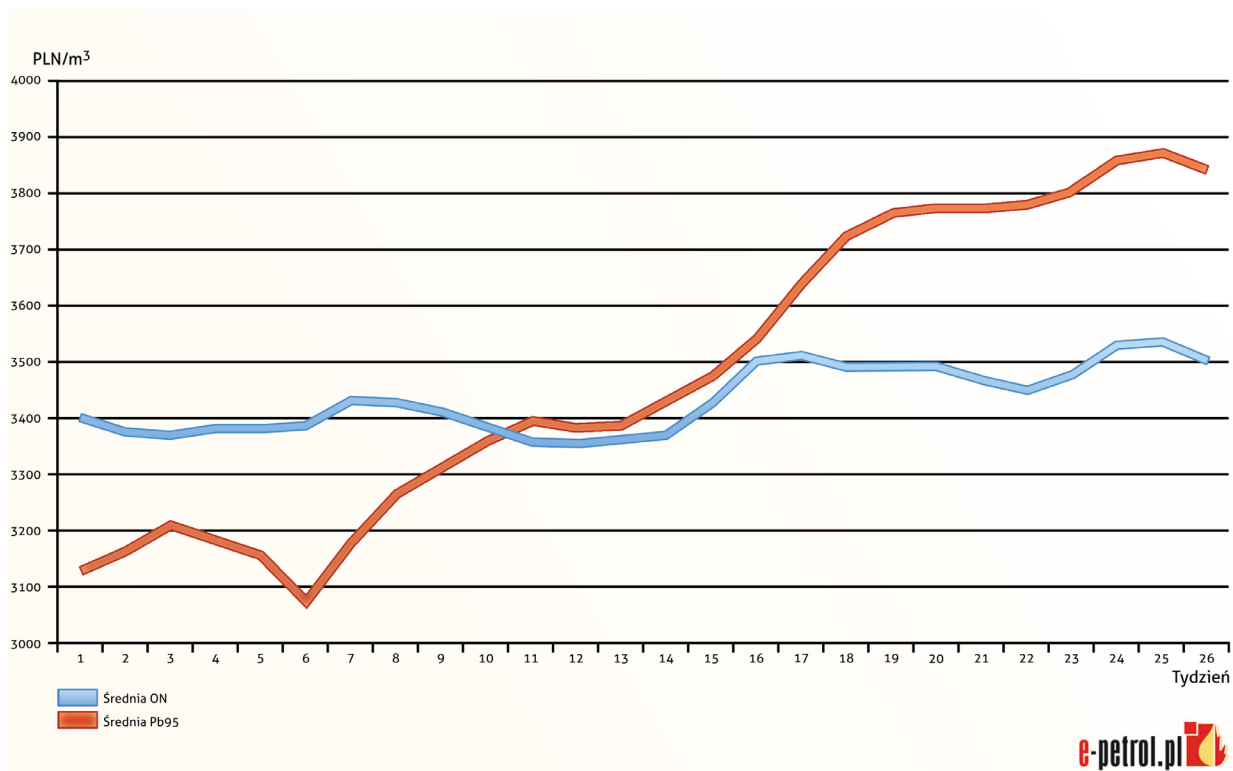
Według prognoz zespołu analitycznego e-petrol.pl cena średnia oleju napędowego w pierwszym tygodniu nowego roku wyniesie 3396,18 zł/m sześć. – w tym samym czasie może być nawet o 270 zł wyższa niż Pb95. Warto przypomnieć, że takie wyniki są dla benzyny o 150 zł niższe od cen z początku roku 2015, a jeśli chodzi

o olej napędowy będą one niższe o ok. 70 zł.

Początek roku 2016 będzie według prognoz okresem wzrostu cen przede wszystkim dla benzyny – prawdopodobnym jest spory ruch wzrostowy między 6 a 11 tygodniem – a więc w lutym i marcu. Wskazany okres już w ostatnich latach

okazywał się czasem, w którym paliwa „zamieniały” się kolejnością w detalu – i to zapewne może być powtórzone w 2016 roku.

Jeśli chodzi o prognozy hurtowe oleju napędowego – szczytem cen w roku 2016 może być poziom 3530 zł za metr sześć. – a więc poziom ten jest sporo niższy niż wakacyjne wyniki



Średnie ceny ON i Pb95 w pierwszych kwartałach 2016 - prognoza

z roku 2015. W przypadku szczytów cenowych benzyny, prognoza analityków e-petrol.pl wskazuje na możliwość sięgnięcia latem do poziomów 3870 zł. To również mniej niż w roku 2015, kiedy benzynie zdarzało się kosztować ponad 4 tys. zł.

Wśród uzasadnień niższych poziomów cen w przyszłym roku warto wskazywać na trwającą cały czas globalną nadpodaż surowca i wynikające stąd obniżek cen paliw gotowych. Wprawdzie amerykańska produkcja łąkowa nie jest tak dynamiczna, jak w roku 2014, kiedy wskutek konkurencji z krajami arabskimi ceny na świecie wymownie się obniżyły, ale mimo wszystko mamy do czynienia z szeregiem czynników blokujących podwyżkę cen do poziomów przekraczających 100

początku 2015 r. tylko benzyna (i to zaledwie na chwilę) powróciła na początku wakacji do tej psychologicznej granicy. Jak będą kształtowały się ceny paliw w pierwszej połowie 2016 r. wiemy po analizie prognozy w hurcie. Z wyliczeń przygotowanych przez zespół analiz e-petrol.pl wynika, że w 2016 roku kierowcy tankujący benzynę będą musieli zaakceptować ceny zbliżające się do 5 zł/l. Dużo spokojniej, w kierunku dystrybutorów będą mogli spoglądać kierowcy tankujący diesel.

Początek 2016 r., a konkretnie pierwszy kwartał, nie będzie jeszcze zapowiadał podwyżki, jaka może mieć miejsce na rynku benzyn w końcówce pierwszego półrocza. W okresie od stycznia do marca ceny najpopularniejszej benzyny bezołowiowej

benzyny głównie maj będzie okresem dynamicznego wzrostu kosztów tankowania. Wiosną 2016 r. ceny benzyn i oleju napędowego będą się coraz bardziej od siebie oddalać. W kwietniu 2016 r. wg szacunków e-petrol.pl za benzynę będzie się płać średnio 4,55 zł/l a ceny mogą dochodzić nawet do poziomu 4,70 zł/l, w tym czasie diesel może kosztować ok. 4,37 zł/l. U progu lata, w zasadzie tuż przed wakacjami ceny benzyn na polskich stacjach paliw mogą coraz bardziej zbliżać się do granicy 5 zł/l – wg prognoz e-petrol.pl średnio w czerwcu litr popularnej bezołowiowej 95 będzie kosztował ok. 4,96 zł. Sporo poniżej, bo w średniej cenie ok. 4,45 zł będzie się tankowało olej napędowy. Na pocieszenie można z pewnością jeszcze dodać, że cenowe rekordy powinny przypaść właśnie na ten czas – co sugerować może, że 5 zł w średniej ogólnopolskiej nie zobaczymy przez cały rok.

Parasolem ochronnym, który mógłby – choć przez jakiś czas – chronić kierowców przed podwyżkami, jest nasza waluta, której umocnienie złagodziłoby skutki wysokich cen ropy i paliw na rynkach światowych. Nie należy zapominać o innych, także istotnych czynnikach wpływających na ceny paliw. Jednym z nich są szczegóły kontraktów rafinerii na zakup ropy. W październiku media informowały o dostawach tańszej ropy z Arabii Saudyjskiej przez port w Gdańsku. Polscy producenci: PKN Orlen i Grupa Lotos obserwują rynek ropy naftowej i deklarują, że wykorzystują pojawiające się szanse zakupowe. Jeśli nasze rafinerie będą mogły korzystać z tańszego surowca z Arabii Saudyjskiej czy Iranu, wówczas prognozowane wyższe ceny paliw na polskich stacjach (w I i II kwartale) mogą być nieco mniejsze.

	Pb95	ON
styczeń	4,09	4,28
luty	4,09	4,31
marzec	4,36	4,26
kwiecień	4,55	4,37
maj	4,85	4,41
czerwiec	4,96	4,45

Średnie ceny ON i Pb95 w pierwszych kwartałach 2016 - prognoza

USD za baryłkę (takich jak powrót irańskiego eksportu czy poziomy wydobycia innych krajów OPEC). To z kolei przekłada się na zmiany dotyczące bezpośrednio polskiego rynku i może spowodować utrzymywanie się niższych cen niż rok temu.

ILE BĘDĄ KOSZTOWAĆ PALIWA W DETALU?

Kierowcy w 2014 i 2015 r. mogli przyzwyczaić się do relatywnie niskich cen paliw na polskich stacjach. Po definitywnym pożegnaniu 5 zł na

95 wzrosną z poziomu ok. 4,09 zł/l do 4,36 zł/l. Głównym czynnikiem wpływającym na ceny na polskich stacjach benzynowych będzie oczywiście drożejąca ropa naftowa, której notowania na rynkach światowych mogą rozhuścić ceny produktów naftowych. W przypadku oleju napędowego im bliżej końca zimy, tym bardziej ceny oleju napędowego powinny się stabilizować w okolicach poziomu ok. 4,26 zł/l.

W kolejnych miesiącach ceny paliw będą nadal rosły. W przypadku

Analizy z zakresu ochrony środowiska

Analizy środowiska na stanowiskach pracy

Analizy produktów naftowych

BADANIA Z ZAKRESU OCHRONY ŚRODOWISKA

-  POBÓR I ANALIZA PRÓB WODY, GLEBY I ŚCIEKÓW
-  POBÓR PRÓB ŚREDNIODOBOWY ŚCIEKÓW
-  POBÓR I ANALIZA PRÓB WÓD Z ODWIERTÓW - PIEZOMETRÓW

BADANIA PRODUKTÓW RAFINERYJNYCH

-  BADANIA PALIW M.IN.BENZYN, OLEJU NAPĘDOWEGO, PALIWA LOTNICZEGO
-  BADANIA OLEJÓW PRZEPRAĆOWANYCH, SERWIS OLEJOWY
-  BADANIA SKAŻENIA MIKROBIOLOGICZNEGO PALIW

BADANIA NA STANOWISKACH PRACY

-  POBIERANIE PRÓBEK POWIETRZA I OCENA NARAŻENIA NA STANOWISKACH PRACY
-  POMIAR SUBSTANCJI SZKOLENIOWYCH I UCIAŻLIWYCH
-  OZNACZANIE STĘŻEŃ SUBSTANCJI CHEM. I ZAPYLENIA W POWIETRZU

Co warto wiedzieć o rynku cystern paliwowych?

ROZMOWA Z JAKUBEM SIKORSKIM Z FIRMY BIOECO HOLDING SP. Z O.O. S.K.A.

Firma Bioeco Holding, wyłączny przedstawiciel marki Sacim, jako pierwsza firma w Polsce wprowadziła na rynek „ultralekką” cysternę przerzutową, a od 2011 r. roku sukcesywnie rozszerza gamę swoich produktów. Jej szef Działu Sprzedaży – Jakub Sikorski ujawnił Jakubowi Boguckiemu z redakcji „Na Stacji Paliw” szereg informacji, które mogą być istotne dla każdej firmy zainteresowanej problematyką transportu paliw.

Jak wygląda obecnie rynkowa pozycja Bioeco Holding?

Według naszej wiedzy, jesteśmy obecnie liderem w sprzedaży cystern jednokomorowych do przewożenia paliw w Polsce. Obecnie posiadamy w ofercie cysterny paliwowe, chemiczne, bitumiczne, spożywcze, autocysterny. Tak szeroka gama produktów, pozwoliła nam zdobyć takie rynki jak Litwa, Łotwa, Czechy, Słowacja.

Wobec tego zwracam się do Pana, jako do rynkowego eksperta – jakie są zagadnienia prawne i proceduralne związane z eksploatacją cystern – o których warto powiedzieć czytelnikowi, jeśli dopiero przygląda się problematyce?

Najważniejszą kwestią formalno-prawną w użytkowaniu cystern w Polsce, jest zgodność cysterny z wymaganiami, jakie nakłada na użytkownika Transportowy Dozór Techniczny. W przypadku nowych cystern problem jest znikomy, ponieważ większość producentów takich jak Stokota, Kassbohrer, Sacim, posiadają autoryzację fabryk przez TDT i to oznacza, że produkty opuszczające w/w fabryki są zgodne z aktualnymi przepisami w Polsce.

A gdy chcemy zaimportować cysternę?

Większy problem jest w przypadku

importu używanych cystern z zagranicy. Często klienci skuszeni atrakcyjną ceną, decydują się na import indywidualny, nie zdając sobie sprawy, że dokumentacja przekazana przez sprzedającego jest niekompletna zgodnie z polskimi przepisami. Odtworzenie takiej dokumentacji niejednokrotnie jest bardzo kosztowne, a czasami wręcz niemożliwe.

Każda importowana cysterna do Polski, musi zostać dopuszczona przez Transportowy Dozór Techniczny. Inspektorzy TDT najczęściej nie dopuszczają cysterny, ponieważ dokumentacja jest niekompletna lub grubość ścianek cysterny jest już za cienka.

A jak kształtuje się praktyka związana z badaniami cystern?

Dzielimy je na dwa rodzaje, pośrednie i okresowe. W przypadku cystern paliwowych badania pośrednie robi się co 3 lata, a okresowe co 6 lat. Cysterny do przewożenia materiałów sypkich podlegają badaniom co 2 i 6 lat. Badania cystern są obowiązkowe dla każdego użytkownika, przy badaniach pośrednich w cysternach do

przewożenia materiałów niebezpiecznych wykonywane są następujące czynności: sprawdzenie dokumentacji zbiornika, rewizja zewnętrzna, próba szczelności, sprawdzenie wyposażenia, sprawdzenie zaworów wentylacyjnych i bezpieczeństwa, pomiar rezystancji, sprawdzenie układu optycznych czujników poziomu paliwa. Do badań okresowych dodatkowo dochodzi rewizja wewnętrzna, pomiar grubości blach i próba ciśnieniowa zbiornika.



Jakie cechy cysterny warto brać pod uwagę przy zakupie – na przykład w aspektach technologicznych czy w kwestiach wagi?

Według mnie, klienci, którzy obecnie decydują się na zakup cystern, głównie zwracają uwagę na wagę i rozwiązania techniczne poprawiające bezpieczeństwo transportowanych towarów. Dotyczy to zarówno cystern do paliw płynnych, produktów sypkich, jak również do transportu gazów. Jeżeli mówimy o cysternach do paliw płynnych, wszyscy producenci wykonują swoje produkty z aluminium. Pozwoliło to oczywiście na znaczącą redukcję masy cysterny a co za tym idzie zwiększenie ładowności.

Czy możemy różnicować cysterny w zależności od typu ich zastosowania?

Możemy wyróżnić trzy grupy cystern do

paliw, które obecnie najczęściej wybierają klienci. Są to cysterny naczepy tzw. przerzutowe, zazwyczaj jednokomorowe, maksymalnie „odchudzone”, druga grupa to cysterny naczepy 3-5-komorowe z układami pomiarowymi do dystrybucji i trzecia grupa to autocysterny z układami pomiarowymi również do dystrybucji. Cysterny jednokomorowe wybierają firmy, które głównie zajmują się transportem produktu z punktu A do B. Zależy im na jak najszybszym załadunku i rozładunku cysterny no i oczywiście jak największej ładowności. W cysternach wielokomorowych, bardzo istotny jest wybór odpowiedniego układu pomiarowego. Musi on być wyposażony w pompę o dobrej wydajności 600-1000 l/min, drukarkę, licznik z kompensacją w 15 st. C i oczywiście wąż na zwijadle. Na polskim rynku układów pomiarowych, możemy wskazać takie firmy

jak Alfons Haar, Senning, Alma czy Sampi. Jeżeli chodzi o autocysterny, to analogicznie do

naczep wielokomorowych, ważną rolę odgrywają układy pomiarowe jak również podwozie na jakim została wykonana zabudowa. Najpopularniejsze to autocysterny trójosiowe o pojemnościach 18 tys. – 20 tys. l i autocysterny dwuosiowe o pojemności 12 tys. l. Są to pojazdy wykorzystywane głównie do lokalnej dystrybucji.

Chyba najistotniejsze pytanie brzmi w tym miejscu - ile właściwie kosztuje wynajęcie bądź zakup cysterny paliwowej?

Ceny wynajmu cystern kształtują się od 5-7 tys. zł netto za miesiąc. Cena zależy od wieku i wyposażenia cysterny. Ceny zakupu zaczynają się od niecałych 200 tys. zł netto za cysternę jednokomorową do ponad 300 tys. zł netto za cysterny wielokomorowe z układem pomiarowym.

A czy w obecnej sytuacji rynkowej opłaca się leasing cystern paliwowych?

Według mojej wiedzy, obecnie ok. 90 proc. klientów wybiera formę finansowania w postaci leasingu. Jest to związane z następującymi korzyściami dla firm: w przeciwieństwie do procedur kredytowych, leasing zazwyczaj wymaga minimum formalności. Wystarczy przedstawić podstawowe dokumenty firmy jak również nie trzeba angażować własnych środków pieniężnych. Czasami wystarczy 5 proc. wpłaty własnej. Przy odpowiedniej wpłacie własnej, zazwyczaj 20-25 proc. ceny sprzętu, jest możliwość uzyskania leasingu przez przedsiębiorców, którzy mają nową działalność. Leasing pozwala zmniejszyć obciążenia podatkowe. Zgodnie z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi, wydatki ponoszone przez leasingobiorcę stanowiące spłatę określonej w umowie wartości przedmiotu leasingu, zalicza się do kosztów uzyskania przychodu. W przypadku leasingu finansowego, gdy sprzęt zalicza się do składników leasingobiorcy,



Wykaz obowiązkowych dokumentów dla dopuszczenia importowanej cysterny przez Transportowy Dozór Techniczny

- oryginał lub kopia świadectwa zatwierdzenia typu potwierdzające zgodność konstrukcji z wymogami ADR – 6.8.2.3.1 Umowy ADR,
- oryginał lub kopia (potwierdzona przez wytwórcę lub organ wystawiający) poświadczenia (protokołu) z badań odbiorczych przeprowadzonych u wytwórcy, wystawione przez właściwą władzę kraju wytwórcy lub organ kontrolny przez tę władzę upoważniony – 6.8.2.4.5 Umowy ADR,
- poświadczenia (protokoły) - oryginały z badań okresowych i pośrednich (z całego okresu eksploatacji), przeprowadzone przez organ właściwej jednostki dozoru technicznego kraju poprzedniego użytkownika zagranicznego - 6.8.2.4.5 Umowy ADR,
- „świadectwo ADR” dopuszczające do przewozu towarów niebezpiecznych - 9.1.3 Umowy ADR,
- poświadczenie lub homologacja (lub potwierdzenie w innych dokumentach), stwierdzające spełnienie przez pojazd – cysternę stateczności bocznej według Regulaminu 111 wystawione przez właściwą władzę kraju wytwórcy lub organ kontrolny przez tę władzę upoważniony – dotyczy pojazdów cystern zarejestrowanych za granicą po raz pierwszy po 1 lipca 2004 r. oraz nowych pojazdów – cystern sprowadzonych po raz pierwszy do Polski; które badane są przy zastosowaniu ciśnienia próbnego poniżej 4 bar – 9.7.5.2 i 1.6.5.9 Umowy ADR,
- kopie atestów materiałowych zastosowanych do budowy zbiornika (dopuszcza się inne dokumenty np. wykaz materiałów atestowanych, w których zawarte są informacje o materiałach zastosowanych do budowy zbiornika cysterny) – PN EN 12972,
- kopia dowodu rejestracyjnego pojazdu cysterny,
- rysunek zestawieniowy zbiornika cysterny z uwzględnieniem w szczególności rozmieszczenia elementów zbiornika (np. płaszcza, den, przegród, rozmieszczenie elementów wzmacniających, wyposażenie zbiornika) z podaniem grubości ścianek (płaszcza, fałochronów, przegród i dennic) – PN EN 12972,
- rysunek zestawieniowy uwzględniający sposób połączenia (mocowania) zbiornika z podwoziem (rama pośrednia) wraz z naniesionymi charakterystycznymi wymiarami dla danego sposobu zamocowania (jeżeli na innych rysunkach nie jest to pokazane) – PN EN 12972,
- opis techniczny, zawierający parametry techniczne: pojemność całkowita, pojemność komór, (jeżeli występują), ciśnienie próbne, obliczeniowe i max ciśnienie robocze (całego zbiornika i komór, jeżeli ciśnienie komór jest inne niż całego zbiornika), prawidłowy kod cysterny, przeznaczenie, wykaz towarów niebezpiecznych wg ADR dopuszczonych do przewozu itd. - PN EN 12972,
- schemat instalacji napełniająco-opróżniającej z zaznaczeniem armatury wchodzącej w jej skład, urządzeń zabezpieczających przed nadciśnieniem lub podciśnieniem z podaniem typów wyposażenia, wytwórców oraz podaniem parametrów, itd. Schemat instalacji powinien być zgodny z instrukcją obsługi i w pełni odzwierciedlać aktualne wyposażenie cysterny - PN EN 12972,
- obliczenia sprawdzające grubość ścianek zbiornika cysterny z uwzględnieniem wytrzymałości na podciśnienie (jeżeli dotyczy), jak również mocowanie jego do podwozia pojazdu - PN EN 12972,
- protokół z litrażowania – jeżeli jest wymagany przepisami ADR,
- instrukcje obsługi i eksploatacji w języku polskim.



kosztem uzyskania przychodu jest część odsetkowa rat leasingowych (czyli podobnie jak w przypadku kredytu bankowego) oraz amortyzacja. Finansowanie w formie leasingu

operacyjnego nie pogarsza zdolności kredytowej firm. •

ROZMAWIAŁ JAKUB BOGUCKI



Twój przyszły dostawca paliw

Wejdź i poznaj nas na www.marco-oil.pl



...o motywowaniu pracowników stacji paliw

DR SZYMON ARASZKIEWICZ

Dobrze zmotywowany zespół pracowników jest kluczem do sukcesu każdej firmy, także stacji paliw. Różnych ludzi motywują różne impulsy. Ważne jest więc, by zarządzający stacją dobrze orientował się, co skłania jego poszczególnych podwładnych do zaangażowania się w pracę i stosował odpowiednie działania, a efekty zobaczy w wynikach sprzedaży.

Na stacji paliw, którą niedawno odwiedziłem, obsługujący mnie Pan w kasie stwierdził w pewnym momencie w rozmowie: „Wie Pan, ja to jestem tutaj pracownikiem tylko, więc mi nie zależy tak bardzo na wyniku”. Zamarłem. Jeśli nie zależy pracownikowi (czyli można się domyślać, że zależy tylko szefowi), to jakoś kiepsko widzę szanse tej stacji na rozwój czy nawet na realizowanie „minimum przyzwoitości”. Czego szef by w tym momencie nie wymyślił, pracownikowi nadal „w sumie nie będzie zależało”. Spotkanie przypomniało mi słyszane nieraz uwagi właścicieli czy kierowników stacji, że najsłabszym ogniwem na ich obiektach są pracownicy, że mają dużą rotację kadr i nie mogą stworzyć stabilnej grupy, że zespoły się nie angażują, że „kombinują na lewo”... Trzeba coś z tym problemem zrobić.

Najprostszy podział czynników motywujących to na pozytywne i negatywne. Pozytywne to te, które powodują u człowieka chęć działania by coś osiągnąć, zdobyć (może to być jakaś rzecz, pieniądze, ale też np. awans), by zrobić wrażenie na innych lub dlatego że po prostu wypada

porządnie zrealizować postawione zadania, bo tak nas wychowano. Negatywne to takie, które popychają nas do skutecznego działania, bo boimy się tego, co się wydarzy, gdy czegoś nie zrobimy.

Motywowanie to temat-rzeka. W wielu firmach panuje przekonanie, że najlepszą, jedyną słuszną, formą skutecznego motywowania pracowników jest dawanie im perspektyw korzyści pieniężnych za dobrą pracę (przykład - ot, choćby prowizje dla handlowców w zależności od osiągniętych wyników), okraszone kontrolowaniem na każdym kroku tego co robią i ukaranie ich gdy coś pójdzie nie po myśli przełożonego. Specjaliści (żeby nie być gołosłownym – za granicą np. Amerykanin Daniel Pink, a u nas np. Andrzej Blikle) mówią jednak, że na dłuższą metę to nie działa, zamiast motywować w pewnym momencie zaczyna zniechęcać, powoduje opór przed robieniem niektórych rzeczy lub skłania do robienia ich byle jak.

Trzeba pracownikom dać poczucie samodzielności w działaniu, sprawić by uwierzyli, że stacja w pewnym sensie należy też do nich, obudzić w nich ambicję i zaangażowanie, a wtedy problemy lenistwa, zniechęcenia, czy też ten najbardziej bolesny – nieuczciwości pracownika – jeśli nie znikną, to przynajmniej zmaleją. Jest w tym wszystkim jedno „ale”: pewien poziom wynagrodzenia musi być



zapewniony. Pieniądze nie powinny być jedynym motywatorem do pracy, bo apetyt rośnie w miarę jedzenia i po jakimś czasie szefa może już nie być zwyczajnie stać na zmotywowanie podwładnych, oczekujących coraz większych pieniędzy. Nie oznacza to, że należy zupełnie zrezygnować z premii i innych nagród pieniężnych, po prostu trzeba odpowiednio system takich nagród stworzyć, bo nie można oczekiwać zaangażowania tylko dla idei. Właściciel stacji, który liczy, że za płacę minimalną znajdzie przodowników pracy, raczej się przeliczy. W optymistycznym wariacie ludzie będą w pracy „odsiadywać swoje”, w pesymistycznym – szybko pójdą gdzie indziej, albo stację okradną.

Co zatem sądzę? Sądzę, że brak motywacji pracowników jest kluczowym kłopotem na niejednej stacji, ale jeśli tym ludziom da się poczucie, że mogą w paliwach uczciwie zarobić sensowne pieniądze i do tego jeszcze rozwinąć się jako pracownicy, że są docenieni i ważni, że na stacji ich rola jest kluczowa, to będą pracowali o niebo lepiej. Jak to zrobić? To temat na szerszą rozmowę... i na kolejne teksty.

Szymon Araszkiewicz – wspiera stacje i sieci paliwowe w codziennym rozwoju.

Doradza w zakresie oferty paliwowej i pozapaliwowej na stacjach, w marketingu, obsłudze klienta. Szkoli kierowników i pracowników, pomaga budować silne zespoły, zorientowane na wspólny sukces. Więcej: consulting.informationmarket.pl.



Certix

System Monitoringu Jakości Paliw INIG-PIB

CERTIX TO SYSTEM MONITOROWANIA I WERYFIKACJI
JAKOŚCI PALIW NA STACJACH PALIWOWYCH –
INDYWIDUALNYCH, SIECIOWYCH I ZAKŁADOWYCH

CERTIX ZAPEWNIĄ OKRESOWĄ I NIEZAPOWIEDZIANĄ
KONTROLĘ PRZEPROWADZANĄ NA STACJACH
OBJĘTYCH SYSTEMEM

WŁAŚCIELEŃ I ORGANIZATOREM SYSTEMU CERTIX
JEST INSTYTUT NAFTY I GAZU – PAŃSTWOWY
INSTYTUT BADAWCZY

BADANIA ZGODNOŚCI PALIW PROWADZONE
SĄ PRZEZ LABORATORIA INIG-PIB AKREDYTOWANE
PRZEZ PCA

POBORÓW PRÓBEK PALIW DOKONUJĄ
WYKWAŁIFIKOWANI INSPEKTORZY BIURA
KONTROLI INIG-PIB



dodajemy pewności



ELEMENTY KONTROLI

BADANIE JAKOŚCI PALIW

BADANIA MIKROBIOLOGICZNE PALIW

SPRAWDZANIE PRAWIDŁOWOŚCI WSKAZAŃ ODMIERZACZY PALIWA

INSTYTUT NAFTY I GAZU
Państwowy Instytut Badawczy
ul. Lubicz 25 A, 31-503 Kraków
www.inig.pl office@inig.pl



Kontakt:
Biuro Systemu CERTIX
☎ 12 61 77 500
✉ certix@inig.pl

System monitoringu jakości paliw CERTIX

CERTIX to system monitorowania i weryfikacji jakości paliw na stacjach paliwowych – indywidualnych, sieciowych i zakładowych, którego istotą jest okresowa, niezapowiedziana kontrola przeprowadzana na stacjach objętych Systemem, którego organizatorem i właścicielem jest Instytut Nafty i Gazu – Państwowy Instytut Badawczy (INIG-PIB). Każda stacja, która pozytywnie przeszła proces kontroli, zostaje w widoczny sposób oznakowana, dzięki czemu Klienci mają pewność, że tankują paliwo o systematycznie kontrolowanej jakości.

Badania paliw są wykonywane w akredytowanych laboratoriach INIG-PIB (akredytacja PCA nr AB 009) a poboru próbek paliw oraz kontroli poprawności wskazań odmierzaczy inspektorzy dokonują zgodnie z wymaganiami norm i przepisów prawa. Jeżeli kontrola wykaże jakkolwiek niezgodność, uruchamiana jest procedura działań korygujących. Usunięcie niezgodności weryfikowane jest poprzez przeprowadzenie dodatkowej kontroli.

System Certix oferuje najszerzy wachlarz badanych paliw, począwszy

od benzyn bezołowiowych i olejów napędowych, poprzez paliwa LPG, aż po biopaliwa, B-100 (FAME), paliwa etanolowe E85 i paliwa flotowe.

Specjaliści INIG-PIB służą doradztwem w wyborze pakietu badań paliw odpowiedniego do profilu Klienta. Podstawowy zakres usługi zawiera badanie jakości paliw oraz sprawność odmierzaczy paliwa. Standardowo wykonywana jest dokumentacja fotograficzna stanu dystrybutorów i podjazdów.

Specjaliści INIG-PIB prowadzą również badania rozwoju życia mikrobiologicznego w paliwach i skuteczności działania biocydów oraz opracowują strategie zapobiegania rozwojowi mikroorganizmów w zbiornikach i systemach dystrybucji, jak również programy zwalczania istniejącego już skażenia – obecność biomasy w paliwach to najbardziej widoczny efekt skażenia mikrobiologicznego paliw – martwa i żywa biomasa powoduje zatykanie filtrów w pojazdach oraz podczas przepompowywania paliwa w systemie dystrybucji.

Kontrola dystrybutorów w zakresie dokładności wskazań ilości wydawanego paliwa jest jednym z kluczowych elementów systemu monitorowania paliw w ramach Systemu CERTIX. Sprawdzenie polega na pomiarze ilości wydawanego paliwa z wykorzystaniem wzorcowanej kolby pomiarowej, zgodnie z obowiązującymi przepisami metrologicznymi. Po kontroli wydawany jest raport Systemu CERTIX, potwierdzający wiarygodność wskazań.

Przystąpienie do Systemu CERTIX to gwarancja weryfikacji jakości dostaw, poczucie bezpieczeństwa i pewność tankowania paliwa o kontrolowanej jakości, a także poprawa niezawodności sprzętu i niższe koszty serwisowania.

Jako niezależna jednostka badawcza Instytut rozwiązuje również problemy techniczne, z którymi nie radzą sobie inne laboratoria – wykrywa fałszerstwa i niekompatybilności paliw i olejów silnikowych, ustala przyczyny awarii silników i układów zasilania, identyfikuje osady i zanieczyszczenia w paliwach z wykorzystaniem niestandardowych metod badawczych. •

Biuro Systemu CERTIX, ul. Łukasiewicza 1, 31-429 Kraków, tel. 12 61 77 500,
e-mail: certix@inig.pl, www.certix.pl

Producent myjni bezdotykowych.

Zajmujemy się:



PRODUKCJA



BUDOWA



SERWISEM

otomylnia.pl/konfigurator



Myjnia z techniką zabudowaną w kontenerze / Wersja **Prestige** (dach łukowy z poliwęglanu, obudowy słupów z oświetleniem LED).

Otomylnia Sp. z o.o.
ul. Gdańska 18
83-011 Koszwały k/Gdańska

www.otomylnia.pl