

Na Stacji Paliw

Nr 1(2) | Styczeń - Marzec 2016

Strumień przychodów – sprzedaż alkoholu na stacjach paliw

Temat numeru

Myjnie samochodowe

- komu opłaca się inwestycja?
- nowe trendy: myjnia w małym mieście
- chemia – krajowa czy zagraniczna?

Gorący temat

Podatek od sprzedaży detalicznej
Ciemne chmury nad branżą?



sprawdź! jak działa

inteligentna myjnia



system
lojalnościowy



płatność
kartą zbliżeniową



system
obiegu monet

**odwiedź
nas!**

na targach **we Wrocławiu**

5-6 października 2016



zarządzanie
przez Internet



dostęp
ze smartfona



Od redaktora

Nowa edycja naszego magazynu branżowych inspiracji, którą oddajemy do Państwa rąk, poświęcona jest w największej części problematyce myjni samochodowych – wartej przyjrzenia się możliwości rozwoju biznesu i poszukiwanej przez odbiorców usługi, która często doskonale uzupełnia ofertę stacji paliw. Staliśmy się naświetlić kilka ważnych problemów związanych z tworzeniem i rozwojem działalności w tym zakresie – rozmowy z ekspertami i wiele cennych porad mogą stanowić dobrą zachętę do rozwijania tego rodzaju wzbogacenia oferty stacyjnej.

Sukces pierwszego numeru naszego pisma powoduje, że nie chcemy też zaniedbywać innych bieżących tematów rodzimego rynku paliw – rozmawiamy z firmami,

które odnoszą niewątpliwe sukcesy na różnych polach tego segmentu branży. Państwa uwadze polecamy też cenne porady prawne, które dotyczą tematyki ekologicznej, związanej z działalnością stacji paliw.

Niniejsze wydanie naszego kwartalnika zachowuje przyjęty przez nas układ kategorii i podział treści – jego czytelność potwierdzają docierające do nas głosy od Czytelników. Jeśli macie Państwo dla nas sugestie dotyczące tego, jak możemy wzbogacić treść „Na Stacji Paliw”, nie wahajcie się przed kontaktem z nami i sugestiami ciekawych tematów z życia branży.

Dziękujemy za Państwa zainteresowanie i życzymy miłej lektury naszego pisma!

JAKUB BOGUCKI REDAKTOR NACZELNY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	2
TEMAT NUMERU Inwestycja w myjnię opłaca się każdemu	4
TEMAT NUMERU Myjnia – dobry biznes w małym mieście.	7
TEMAT NUMERU Liczy się chemia	10
TWOJA STACJA Podatek od sprzedaży detalicznej. Ciemne chmury nad branżą?	13
TWOJA STACJA Kompleksowe zarządzanie paliwami na stacjach już dostępne na rynku	15
TWOJA STACJA Nie chodzi o to, żeby mieć na półkach mnóstwo towaru, z czego sprzedaje się mniej niż połowa	18
GASTRONOMIA Strumień przychodów – sprzedaż alkoholu na stacjach paliw	20
PRAWNIK RADZI Budowa i użytkowanie stacji paliw a ochrona środowiska	22
RYNEK PALIWOWY LNG dla operatorów flot to wielka szansa	24
RYNEK PALIWOWY Zielone światło dla biopaliw?	26
CO SĄDZĘ... ...o motywowaniu pracowników inaczej niż tylko pieniędzmi	27



Na Stacji Paliw

W kolejnym wydaniu

TEMAT NUMERU: FRANCYZA

Nr 1(2) 2016

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 Naczelny
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

KONIEC ROKU TO SPORO CIEKAWYCH ZMIAN I ZAPOWIEDZI DALSZYCH WAŻNYCH RUCHÓW W BRANŻY.

PORTAL E-PETROL.PL ŚLEDZI DYNAMICZNE ŻYCIE BRANŻY PALIWOWEJ W POLSCE – O CZYM PISAŁ ON W OSTATNICH MIESIĄCACH? PRZYPOMNIJMY:

MARKA STATOIL – CIRCLE K POZA STACJAMI PALIW

Po zmianie marki Statoil na globalne logo Circle K firma planuje wejść do światowej ligi największych graczy na rynku stacji paliw i sklepów typu convenience. Możliwe, że po tym jak nowa marka rozgłosi się w Polsce będzie działała także poza stacjami paliw. Testy tego konceptu są realizowane na rynku litewskim i estońskim, w centrach Wilna i Tallina.



SIEĆ HUZAR ZAPOWIADA ROZWÓJ I STANDARYZACJĘ

Z zapowiedzi sieci stacji Huzar wynika, że niebawem przybędzie kilkadziesiąt obiektów z jej logo. Obok paliw mają one oferować produkty spożywcze, gastronomię i usługi. W grudniu Huzar zapowiedział inwestycje zmierzające do tego, by przekształcić kolejne stacje markizgodnie z jednolitymi standardami oraz by poszerzyć sieć o kolejne stacje benzynowe.

ROPA NIE TYLKO Z ROSJI

Polskie rafinerie mogą zacząć myśleć o dywersyfikacji dostaw surowca. Całkiem realną możliwością staje się zakup arabskiej ropy. W przyszłym roku ropa saudyjska może stanowić ok. 10 proc. dostaw dla Grupy Lotos, która negocjuje kontrakt na dostawy ropy w 2016 r. z Arabii Saudyjskiej, jednak rozmowy nie zostały jeszcze zakończone.



PKN ORLEN SPRZEDAJE SPÓŁKI TRANSPORTOWE

PKN Orlen ogłosił chęć sprzedaży spółek kolejowych transportu paliw i petrochemikaliów, chodzi o spółki Orlen KolTrans oraz Euronaft Trzebinia. Nabywcą ma być PKP Cargo. Poza umową sprzedaży aktywów kolejowych w ramach transakcji z PKP Cargo podpisane zostaną również wieloletnie umowy na realizację przewozów produktów grupy płockiego koncernu i obsługę należących do niego bocznic. Na transakcję zgodę musi jeszcze wyrazić Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

POWSTANĄ STACJE PALIW NA WODÓR

Jest nadzieja na polską sieć stacji wodorowych. Instytut Transportu Samochodowego chciałby, aby nasz kraj przestał być białą plamą na tle Europy. Postawienie obiektu od podstaw to koszt rzędu 1 mln EUR, a na zwrot z inwestycji też trzeba będzie poczekać – mówi się, że pełne skomercjalizowanie sieci stacji tego typu nastąpi w naszym kraju nie wcześniej niż za 25 lat. Pierwsze kroki w tej dziedzinie jednak już się stawia. Na początek, w perspektywie dwóch lat, stacje mają powstać w Warszawie i Poznaniu i mają być przystosowane do tankowania zarówno osobowych samochodów z ogniwami paliwowymi, jak i autobusów.



PODATKOWE ZAMIESZANIE WOKÓŁ STACJI PALIW

Liczne niewiadome związane z projektem podatku od sprzedaży detalicznej powodują obawy dystrybutorów paliw. Według pojawiających się informacji podatek dotyczyć ma bowiem stacji, choć według poprzednich zapowiedzi miały one być wyłączone z obciążeń.

DYNAMICZNY ROZWÓJ SIECI MOYA

Czwarty kwartał okazał się bardzo udany dla sieci stacji Moya. Od września do ostatnich dni grudnia przybyło 10 stacji w granatowo-czerwonych barwach. Nowe obiekty powstają w całym kraju, od granicy zachodniej w Górzycy po wschód – jak choćby stacja w Przemyślu. Na koniec 2015 r. w ramach sieci Moya działało 111 obiektów w kraju, (z czego 101 stacji partnerskich oraz 10 stacji własnych operatora sieci, spółki Anwim). Najczęściej stacje oferują wszystkie gatunki paliw, często także LPG i zawsze ON Moya Power. Przy stacjach działa sklep z kaciem Caffè Moya, gdzie można skorzystać z sieci wi-fi.



CO DALEJ Z PRACĄ W NIEDZIELE NA STACJACH?

Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej pytane przez nas o prace nad nowelizacją Kodeksu pracy w zakresie wprowadzenia zakazu pracy w placówkach handlowych we wszystkie niedziele w roku kalendarzowym, poinformował, że obecnie takie prace legislacyjne nie są prowadzone.

Jak podano: Ze względu na wpływ, jaki może spowodować regulacja związana z wprowadzeniem zakazu pracy w niedziele w placówkach handlowych, na rynek pracy, w tym zwłaszcza na stan zatrudnienia w takich placówkach, a także w jednostkach współpracujących z placówkami handlowymi oraz ze względu na wpływ na budżet państwa i jednostek samorządu terytorialnego, kwestia ta powinna być przedmiotem prac z udziałem partnerów społecznych. Ministerstwo zadeklarowało otwartość na szeroką dyskusję w tej kwestii.



ZMIANY W FOTELU PREZESA ORLENU

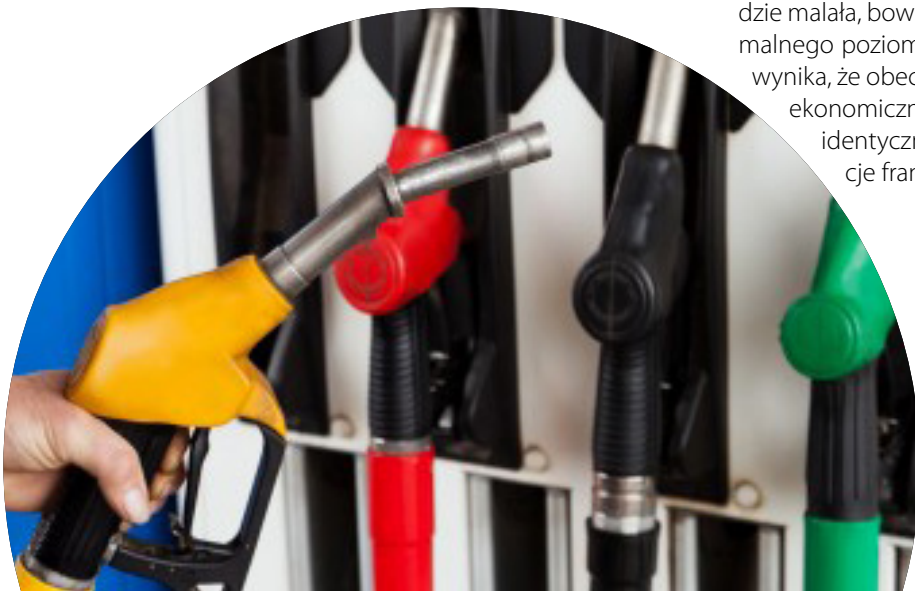
Siedmioletnia prezesura Jacka Krawca w Orlenie dobiegła końca. Na dwa lata przed końcem trzeciej kadencji zrezygnował ze stanowiska. Jego miejsce zajął Wojciech Jasiński, polityk Prawa i Sprawiedliwości. Kadencja nowego prezesa została określona do dnia odbycia się zwyczajnego walnego zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe spółki za 2016 r.

MARKOWE KANAPKI I KAWA ZE STACJI

Grupa Lotos otworzyła w Rumi na swojej stacji benzynowej pierwszą restaurację sieci Subway. Na początku 2016 roku planowane jest otwarcie następnych punktów gastronomicznych tej marki na stacjach tranzytowych i miejskich. Gdański koncern testuje też nowy format kącików kawowych wraz z marką Costa Coffee, która planuje wdrożyć program franczyzowy. Lotos rozwija ofertę gastronomiczną na stacjach koncernu, bo to z jednej strony praca nad wizerunkiem stacji paliw jako miejsca, gdzie można wygodnie i smacznie zjeść, ale jednocześnie odpowiedź na zmieniające się oczekiwania klientów sieci.

GRUPA LOTOS CHCE MIEĆ 500 STACJI

Spółka Lotos Paliwa zrealizowała swoje ubiegłoroczne plany rozwoju sieci stacji paliw. Pod koniec 2015 w sieci gdańskiego koncernu działało 476 stacji, to o 35 obiektów więcej niż rok wcześniej. Z zapowiedzi Lotosu wynika, że spółka w 2016 r. zamierza przekroczyć liczbę 500 stacji, jednak dynamika wzrostu będzie malała, bowiem koncern powoli zbliża się do optymalnego poziomu nasycenia sieci. Z informacji Lotosu wynika, że obecnie 4 na 10 stacji to obiekty segmentu ekonomicznego, pozostałe to stacje premium, identyczne proporcje dotyczą podziału na stacje franczyzowe i własne.



Inwestycja w myjnię opłaca się każdemu

O SYTUACJI NA POLSKIM RYNKU MYJNI SAMOCHODOWYCH, PERSPEKTYWACH JEGO ROZWOJU I SZANSACH, JAKIE MYJNIE DAJĄ INDYWIDUALNYM INWESTOROM ROZMAWIAMY Z PRZEMYSŁAWEM JERZYM, EXPORT MANAGEREM FIRMY BKF MYJNIE.

JAK WYGLĄDA W TEJ CHWILI STRUKTURA RYNKU MYJNI – Z JAKIEGO TYPU NAJCHĘTNIEJ KORZYSTAJĄ POLACY I DLACZEGO?

Przemysław Jerzy: Sytuacja od dłuższego czasu jest stabilna. Ostatnią rewolucją na rynku było właśnie pojawienie się myjni bezdotykowych. Szacujemy, że przez ostatnie 10 lat przybyło w Polsce ponad 2000 takich obiektów. Tylko my sprzedaliśmy w tym czasie ponad 730 myjni bezdotykowych. Zmieniło to znacząco strukturę rynku. Myjnie samoobsługowe cieszą się obecnie w Polsce największą popularnością wśród użytkowników aut. Na drugim miejscu plasują się myjnie portalowe, z których korzystają przede wszystkim auta flotowe. Myjnie ręczne najbardziej ucierpiały na pojawieniu się nowej konkurencji, jednak firmy które zdołały utrzymać wysoką jakość usług przetrwały i radzą sobie całkiem nieźle. Nie przyjęły się u nas natomiast popularne na zachodzie myjnie tunelowe. Wygląda również na to, że myjnie parowe, które miały być hitem nie spełniły oczekiwań i nie będą zagrożeniem dla istniejącej struktury.

JAKIE SĄ PERSPEKTYWY ROZWOJU BRANŻY MYJNI SAMOOBŚLUGOWYCH?

Wydaje się, że w Polsce branża osiągnęła swój punkt kulminacyjny i raczej trudno mówić o wzrostach sprzedaży. Plan na najbliższe lata to utrzymanie dotychczasowych po-

ziomów. My swoje szanse widzimy przede wszystkim w eksporcie, który już od trzech lat stanowi ponad 50% naszych przychodów. Jesteśmy liderem nie tylko w Polsce, ale również na Białym



PRZEMYSŁAW JERZY – EXPORT MANAGER
FIRMY BKF MYJNIE

łorusi, w krajach bałtyckich, w Czechach, na Słowacji, a przede wszystkim w Rosji, gdzie w ciągu czterech lat zbudowaliśmy 600 stanowisk mycia. Tylko w 2015 roku zadebiutowaliśmy w trzech nowych krajach, to Kazachstan, Mołdawia i Niemcy. W większości z tych krajów czasy świetności technologia bezdotykowa ma dopiero przed sobą.

JAK WYGLĄDAJĄ PAŃSTWA DOŚWIADCZENIA NA OGROMNYM RYNKU ROSYJSKIM? CZYM RÓŻNI SIĘ BIZNES MYJNIOWY W ROSJI OD NASZEGO KRAJU?

Rynek jest większy i bardziej wymagający. Wyzwaniem są olbrzymie odległości oraz warunki klimatyczne. Nasze przedstawicielstwo posiada centra serwisowe w Petersburgu i Moskwie, a obsługuje myjnie m.in. w Barnaul na Syberii. Rosyjskie zimy zmuszają nas do ciągłego doskonalenia urządzeń i dążenia do ich bezawaryjności oraz maksymalnie prostej obsługi. Bardzo pomocne są narzędzia takie jak nasze systemy Client Module czy Net Control. Dzięki nim, po podłączeniu do internetu możemy diagnozować i naprawiać zdalnie przy pomocy miejscowej obsługi urządzenia oddalone o te 6000 km. W Rosji często mamy do czynienia z klientami, którzy zamawiają co najmniej kilka myjni. Systemy zdalnego zarządzania dostępne w myjniach BKF są dla nich ogromnym ułatwieniem w prowadzeniu biznesu.

KOMU OPŁACA SIĘ INWESTOWAĆ W MYJNIE? JAKIE WYMOGI TRZEBA SPEŁNIAĆ, ABY Z SUKCESEM ZACZĄĆ TAKI BIZNES?

Opłaca się każdemu kto dobrze skalkuluje biznesplan. Z jednej strony mówimy o nasycaniu się rynku, ale liczne przykłady pokazują, że myjnia w Polsce nadal może być jednym z ciekawszych i bardziej rentownych interesów. Najkorzystniejsza sytuacja to taka, kiedy inwestor posiada atrakcyjną działkę, dogodnie położoną i dobrze skomunikowaną. Jeszcze lepiej, jeśli działka jest w jakiś sposób zagospodarowana, np. jest to teren

Jakie są koszty inwestycji w myjnię? – opinia naszego rozmówcy

Koszty różnią się znacznie w zależności od lokalizacji, ilości i rodzaju niezbędnych do wykonania prac ziemnych, wielkości działek czy odległości na jaką należy doprowadzić media do myjni. Można przyjąć, że średni koszt budowy to od około 20 do 25 tys. zł za jedno stanowisko mycia, ale do tego należy doliczyć koszt urządzeń.

Często jednak naszym klientom udaje się znacznie obniżyć ten koszt. Jako producent myjni nie zajmujemy się pracami budowlanymi i rekomendujemy firmy zewnętrzne lub zostawiamy tę kwestię wyłącznie w gestii inwestorów.

sklepu lub stacji kontroli pojazdów, pozwala to zminimalizować koszty infrastrukturalne oraz uzyskać efekt synergii, gdzie oba rodzaje działalności będą się nawzajem napędzały, tworząc wartość dodaną.

JAKIE PROCEDURY PRAWNE MUSZĄ BYĆ DOPEŁNIONE PRZED UTWORZENIEM NOWEJ MYJNI?

W tej kwestii przez ostatnie lata niewiele się zmieniło. Nadal warunkiem koniecznym jest posiadanie pozwolenia na budowę. Przed wystąpieniem o nie należy upewnić się, jakie jest przeznaczenie działki w planie zagospodarowania przestrzennego, lub jeśli nie został on przez gminę sporządzony, należy wystąpić o warunki zabudowy. Kiedy status działki jest jasno określony i nie wyklucza postawie-

nia na niej myjni, należy zgromadzić odpowiednią dokumentację. BKF Myjnie udostępnia swoim klientom projekt typowy myjni, do zaadaptowania dla danej działki. Niezbędne jest wykonanie projektów podłączenia wody, prądu gazu lub oleju opałowego, oraz planu zagospodarowania terenu. Muszą również zostać podpisane warunki dostawy mediów z odpowiednimi dostawcami. W załatwieniu wszystkich formalności warto skorzystać z pomocy lokalnego architekta.

CZY Z BUDOWĄ MYJNI SĄ ZWIĄZANE JAKIEŚ TRUDNOŚCI NATURY ŚRODOWISKOWEJ/ EKOLOGICZNEJ?

Na etapie gromadzenia dokumentacji do pozwolenia budowlanego, urzędnicy mogą wymagać przedłożenia raportu o oddziaływaniu myjni na środowisko. Najczęściej wymaganymi dokumentami są operat wodnoprawny oraz dane o emisji hałasu generowanego przez myjnię. Nie traktowałbym tego w kategorii trud-

n o ś c i .

załatwić. Warto pamiętać, że wymogi te dotyczą zdecydowanej mniejszości przypadków i większość naszych klientów nigdy się z nimi nie spotkała.

JAKIE ZNACZENIE MAJĄ DLA SIECI MYJNI KLIENTI FLOTOWI – JAKIE UDOGODNIENIA DLA NICH MOŻNA SPOTKAĆ NA RYNKU?

W związku z rosnącą na rynku konkurencją na pewno istnieje potrzeba walki o nowych klientów. Klienci flotowi często przywiązani są do myjni portalowych, jednak myjnie bezdotykowe stają się dla nich ciekawą alternatywą. W BKF stworzyliśmy system lojalnościowy, który pozwala na pracę z klientem korporacyjnym. Nasza rozmieniarka pieniędzy już teraz posiada funkcję sprzedaży i doładowania kart lojalnościowych. Od 2016 roku w naszych myjniach pojawiła się funkcja zdalnego doładowania kart, co jeszcze bardziej ułatwi pracę z firmami. Wystarczy przelew do właściciela myjni lub sieci myjni i doładowanie przez niego z poziomu biura odpowiednich kart. Użycie każdej karty jest rejestrowane w chmurze danych, co pozwala na pełną kontrolę użytkowników aut flotowych.

CZY RYNEK W POLSCE NIE JEST JUŻ WYSTARCZAJĄCO NASYCONY? CZY PRZYSZŁOŚCIĄ FIRM NIE BĘDĄ DOCELOWO USŁUGI SERWISOWE, A NIE TWORZENIE NOWYCH OBIEKTÓW?

Rzeczywiście obserwujemy w Polsce pewne nasycenie rynku, ale dotyczy ono przede wszystkim dużych miast. Nie jest jednak tak, że nie mamy tam już co robić. Dobrym miejscem do inwestycji w myjnię jest nowo wybudowane osiedle lub park przemysłowy a nawet kompleks biurowy. Deweloperzy często szukają sposobów na przy-



Jest to to jedna z formalności, którą po prostu należy

ciągnięcie najemców, oferując coraz więcej udogodnień. Myjnia doskonała się sprawdza w takiej sytuacji. Myjnia bezdotykowa jest dobrym pomysłem na inwestycję w mniejszej miejscowości, a nawet na wsi, co udowodniło już wielu naszych klientów. Inwestorzy są coraz bardziej świadomi potencjału rynków lokalnych, które wcześniej nie były brane pod uwagę. Dodatkowo jako największy polski producent myjni bezdotykowych pozyskujemy mnóstwo kontaktów do właścicieli stacji paliw, stacji kontroli pojazdów oraz pokrewnych branż, którym przedstawiamy źródło dodatkowego zarobku, niskim dla nich kosztem, przy już rozbudowanej infrastrukturze obecnego obiektu. Jeśli chodzi o serwis, to może być dochodowy, jednak w naszej firmie kładziemy przede wszystkim nacisk na pozyskiwanie nowych klientów na urządzenia. Polityka firmy nie jest ukierunkowana na maksymalizację zysków z serwisu. Zdaje sobie sprawę, że dla niektórych firm jest to znaczące źródło dochodów. •

Nowe technologie dla podniesienia atrakcyjności myjni – opinia naszego rozmówcy

Nowe technologie poprawiają funkcjonalność myjni i pozwalają na łatwiejsze zarządzanie nie tylko dla właścicieli, ale również doceniają je klienci. Ważną innowacją w 2015 roku było wprowadzenie na naszych myjniach terminali do płatności kartami bankowymi. Statystyki pokazują, że na wyposażonych w nie myjniach obrót wygenerowany z kart stanowi od 10 do 15% co można uznać za dużą przewagę konkurencyjną w znaczny sposób podnoszącą atrakcyjność myjni. System BKF Clientmodule, to specjalny panel diagnostyczny, który dzięki systemowi czujników umieszczonych na kluczowych komponentach myjni oraz specjalnym algorytmom BKF, potrafi wysyłać alarmy o błędnym działaniu lub braku działania myjni. Aplikacja jest umieszczona w chmurze danych, dzięki czemu jest dostępna z każdego urządzenia podłączonego do internetu. Nowością, którą wprowadziliśmy jako pierwsi na rynku jest system smart heating – inteligentne podgrzewanie posadzki. Jest to pionierskie, zaawansowane technologicznie rozwiązanie, pozwalające na ograniczenie zużycia energii, przy zachowaniu dotychczasowej efektywności ogrzewania posadzki. Zastosowane zaawansowane algorytmy automatycznej regulacji dostosowują się do każdej instalacji indywidualnie.

Zamień błysk na zysk! Oferta czołowych producentów z branży myjniowej

podczas:

Międzynarodowych Targów Paliwowych
„Stacja i Biznes Przyszłości”

5-6 października 2016 r. w Hali Stulecia

- Producenty i dostawcy infrastruktury myjniowej
- Nowe rozwiązania proklienckie dla branży
- Wyposażenie dla myjni
- Środki chemiczne i produkty pielęgnujące
- Akcesoria dla myjni
- Szkolenia branżowe dla przyszłych inwestorów



Więcej szczegółów:
www.targipaliwowe.pl



Myjnia – dobry biznes w małym mieście

NATALIA SZKWIR

W OSTATNIM CZASIE RYNEK MYJNI PRZYŚPIESZYŁ I DYNAMICZNIE SIĘ ROZWINĄŁ. WYDAWAŁO SIĘ, ŻE W TYM SEGMENTCIE JUŻ NIEWIELE MOŻE SIĘ WYDARZYĆ. CHOĆ RYNEK W WIĘKSZYCH OŚRODKACH MIEJSKICH JUŻ SIĘ NASYCIŁ, TO JEDNAK ROSNĄCA POPULARNOŚĆ KORZYSTANIA Z TEGO TYPU USŁUG SPOWODOWAŁA, ŻE NOWE OBIEKTY CORAZ CZĘŚCIEJ TRAFIAJĄ DO MNIEJSZYCH MIAST I FUNKCJONUJĄ Z POWODZENIEM JAKO SAMODZIELNE BIZNESY. CO JESZCZE CZEKA BRANŻĘ, KTÓRA ZAPEWNIĄ ROZWIĄZANIA W ZAKRESIE PIELĘGNACJI POJAZDÓW, W NAJBLIŻSZEJ PERSPEKTYWIE?

Jeszcze kilka lat temu popularne było łączenie myjni ze stacją benzynową, warsztatem samochodowym czy sytuowanie jej w pobliżu galerii handlowych. Obecnie, choć strategia ta jest nadal opłacalna straciła nieco na aktualności.

DUŻE WZIĘCIE W MAŁYM MIEŚCIE

Pomysł na biznes w małym mieście to często strzał w dziesiątkę. O tym, że znaczenie małych miejscowości rośnie dla rynku myjniowego mówi producent myjni bezdotykowych Mariusz Ancerowicz z firmy Euro-Ekol. Ekspert dodaje, że wiele nowych inwestycji to dziś myjnie trzystanowiskowe typu samoobsługowego zlokalizowane w mniejszych miejscowościach. Poza stacjami paliw czy warsztatami myjnie pojawiają się coraz częściej w obrębie osiedli mieszkalnych czy właśnie w okolicach centrów handlowych i mniejszych marketów. W takich miejscach otwierają się myjnie wielostanowiskowe i - jak pokazuje doświadczenie - prosperują znakomicie. Dobrą lokalizacją według Mariusza Ancerowicza, która cieszy się dużym powodzeniem są myjnie usytuowane przy stacjach diagnostycznych, co zapewnia stały dopływ klientów. Mniejsze ośrodki mają również swoją przewagę jeśli chodzi o koszty, biznes myjniowy można prowadzić trochę taniej niż w

większym mieście.

Skąd zainteresowanie uruchomieniem tego typu

przy dyskontach spożywczych. Aż 95 proc. naszej produkcji trafia do klientów indywidualnych, posiadających przedsiębior-



biznesu w mniejszych ośrodkach?

Zmiana strategii doboru lokalizacji z większych na mniejsze miasta podyktowana jest trudno dostępnym terenem w centrach dużych miejscowości. - To powoduje, że rośnie sprzedaż urządzeń w lokalizacjach do 20 tys. mieszkańców - głównie

stawa często niezwiązane z motoryzacją, którzy prowadzą myjnię jako dodatkowy biznes - mówi Ancerowicz. Firma, która już istnieje na rynku ma jednak pewną przewagę, jak powiedział nasz rozmówca, w porównaniu do nowo otwartego biznesu ma możliwość uzyskania

leasingu, na który decyduje się większość klientów firmy Euro-Ekol.

POLAK WOLI UMYĆ SAM

A jak wygląda zainteresowanie klientów? Nasz rozmówca nie ma wątpliwości, że konsumenci w dużej mierze wybierają myjnie samoobsługowe, w których za 8 do 12 zł umyją i nawoskują swój pojazd. Ekspert ocenia, że za mycie porównywalnej jakości na „automacie” zapłacimy od 20 do 25 zł. A jak ma się sprawa opłacalności z perspektywy właściciela biznesu? – Jeśli myślimy o zyskowności, to jest ona znacznie wyższa w przypadku właścicieli myjni opartych o urządzenia samoobsługowe. Klienci, którzy decydują się na mycie automatyczne, to osoby, które potrzebują szybko umyć pojazd i nie chcą narazić się na pochłanianie wodą. Natomiast klienci myjący samochody na myjni bezdotykowej, często poświęcają w weekendy nawet 30 minut na umycie, odkurzenie i pielęgnację pojazdu.

Coraz więcej uwagi inwestorzy przykładają do udoskonalania posiadanej już infrastruktury. Wielu z nich zainteresowanych jest dodatkowymi elementami wyposażenia, które mają zwiększyć użyteczność myjni. Standardem jest już na pewno odkurzacz, który stał się obowiązkowym akcesorium w myjniach bezdotykowych.

- Praktycznie 100 proc. otwieranych przez nas myjni jest wyposażona w samoobsługowy odkurzacz dwustanowiskowy. Choć może wydaje się to błahe, ale dodatkowe wyposażenie, które cieszy się popularnością wśród naszych klientów to trzepaczki do dywaników - wykonane ze stali kwasoodpornej, ale również ramy z uchwyta-

mi do dywaników gumowych, czy stojaki do mycia rowerów, które wprowadziliśmy do sprzedaży w 2015 r. – dodaje nasz rozmówca.

KLIENT LUBI UŁATWIENIA

Rosnące zainteresowanie klientów korzystaniem z myjni pociąga za sobą coraz większe wymagania wobec tego typu obiektów. Potrzeba zwiększania konkurencyjności myjni - komfortu ich użytkowników i stałe rozszerzanie wachlarza dodatkowo oferowanych usług to główny cel właścicieli istniejących już obiektów, o czym doskonale wiedzą do-

stawcy i producenci rozwiązań oraz wyposażenia do tego segmentu. Udogodnienia proponowane w tym obszarze związane są m.in. z uproszczeniem obsługi płatności – Aby uatrakcyjnić ofertę proponujemy naszym odbiorcom nowe rozwiązania w obszarze płatności. Klienci dzięki temu mogą regulować należności banknotami czy też kartami płatniczym. Wprowadzane są także rozwiązania pozwalające na wydawanie reszty po zakończonym myciu. Udogodnienia te zdecydowanie podnoszą atrakcyjność myjni z perspektywy klienta, co w przypadku myjni wcale nie było standardem. – mówi Ancerowicz. Nowością, którą spotyka się coraz częściej w myjniach jest np. rozmieniarka do banknotów, zapewniająca swobodny dostęp do bilonu przez użytkownika myjni. Jako bonus dla klientów flotowych w standardzie firma wyposaża swoje urządzenia w system płatności WorldKey, który umożliwia uzyskanie rabatu za korzystanie z mycia.

Większe zainteresowanie myciem aut w profesjonalnych miejscach wiąże się z rosnącą świadomością klientów zwią-



na z korzystaniem z tego typu usług. Amatorzy przyjeżdżający na myjnię coraz częściej porównują usługi i nie wahają się oceniać ich jakości w poszczególnych obiektach. Stąd wśród klientów powraca temat faktycznych kosztów mycia samochodu - w mediach pojawiają się testy myjni, które weryfikują ile realnie trwa czas mycia za tę samą kwotę i bardzo celnie wychwytyją nieuczciwe praktyki, stosowane przez niektóre marki. Producenci urządzeń do myjni mają

w swojej ofercie rozwiązania, które rozwiązują również i ten problem.

Przedstawiciel producenta myjni bezdotykowych Euro-Ekol podkreśla, że od początku produkcji ich urządzeń stosowane są systemy startowe wyposażone w wyświetlacz z realnym czasem mycia zakupionym przez klienta. - *Nie stosujemy wyświetlaczy z informacją o zakupionym kredycie. W takim przypadku, gdy na wyświetlaczu pojawi*

się np. 1, klienci nie wiedzą czy mają do dyspozycji 10 czy 40 sekund. Spotkaliśmy się również z urządzeniami, w których impulsy imitują upływający czas, natomiast jedna jednostka jest krótsza od jednej sekundy - komentuje Ancerowicz. Trzeba jednak pamiętać, że czas oferowany za kwotę 1 zł każdy właściciel myjni ustala samodzielnie i jest to niezależne od wielkości miejscowości czy nasilenia konkurencji itp. •



Rozmowa z producentem myjni samochodowych

Mariusz Ancerowicz – przedstawiciel firmy Euro-Ekol, producent myjni bezdotykowych

Ze względu na cenę popularniejsze są myjnie typu samoobsługowego. W jakich miastach opłaca się mieć natomiast myjnie automatyczne?

Myjnia bezdotykowa kojarzy się z tanim umyciem pojazdu. W okresach świątecznych, kiedy na stacji paliw czeka w kolejce pięć pojazdów do myjni automatycznej to czas oczekiwania na mycie wynosi około 45 minut. Przy myjni bezdotykowej czterostanowiskowej z podobnym nasileniem ruchu poczekamy około 5-7 minut. Te dwa czynniki powodują znaczny wzrost zapotrzebowania na tego typu inwestycje. Z kolei myjnie automatyczne stały się nieodłączną częścią stacji paliw. Takie inwestycje nadal świetnie prosperują w dużych miastach (choć właściciele odczuli spadek dochodów). Myjnia automatyczna na stacji paliw to dopełnienie usługi i jej zyskowność nie jest tak rozpatrywana jak w przypadku inwestycji indywidualnej, samej myjni „szczotkowej”. Myjnie portalowe typu przejezdnej (tzw. ścieżki myjące) cieszą się popularnością w dużych aglomeracjach miejskich, przy lotniskach i centrach handlowych. Przepustowość na „ścieżce myjącej” jest nawet 5 razy większa, niż przy pojedynczym portalu.

Jak wyglądają preferencje klientów z polskiego rynku na tle użytkowników z innych krajów?

Euro-Ekol produkuje myjnie bezdotykowe, oraz oferuje myjnie portalowe zarówno nowe, jak i po kompleksowej regeneracji. Do tej pory firma zainstalowała ponad 100 myjni bezdotykowych i ponad 300 myjni portalowych na terenie kraju i za granicą.

W ciągu ostatnich pięciu lat zaobserwowaliśmy duży wzrost mycia pojazdów w naszym kraju. Tabor samochodowy został wymieniony na nowszy, a wiele rodzin posiada już po dwa samochody. Nie jest to już mycie po zimie i przed zimą, tylko pielęgnacja pojazdów co najmniej raz w tygodniu. Wymusiło to znaczny wzrost liczby myjni w tych latach. Obecnie krajowy biznes myjniowy możemy porównać do rynków europejskich. Na pewno, w porównaniu z innymi krajami UE, znacznie więcej myjemy pojazdy na myjniach bezdotykowych niż nasi zachodni sąsiedzi.

W jakim kierunku będzie zmierzać rozwój myjni w Polsce – czego możemy się jeszcze spodziewać? Czego jeszcze klienci mogą oczekiwać w przyszłości?

W tym roku prognozujemy wzrost sprzedaży myjni wyposażonych w systemy startowe obsługujące karty płatnicze. Już w roku ubiegłym zainstalowaliśmy kilka takich systemów. Wprowadziliśmy również do naszej stałej oferty systemy startowe obsługujące banknoty i wydające resztę po zakończonym cyklu mycia, jako jedyni w Europie. Chcemy ten system dalej promować, żeby stał się standardem kojarzonym z naszą techniką myjącą. Jakość mycia natomiast poprawiły montowane przez nas Turbo Szczotki. Jest to system mycia szczotką z dużą ilością wody z szamponem w celu zapewnienia lepszego umycia pojazdu z silnym zabrudzeniem.

Liczy się chemia

MARTA FELIKSIK

CZASY, KIEDY SZCZĘŚLIWI POSIADACZE SAMOCHODÓW MOGLI UMYĆ SWOJE POJAZDY TYLKO NA TRAWNIKU PRZED DOMEM DAWNO ODESZŁY W ZAPOMNIENIE. OBECNIE PRAWIE NA KAŻDYM ROGU MOŻNA DOSTRZEC ZNAK "MYJNIA SAMOCHODOWA". OKAZUJE SIĘ, ŻE POWSTAJE CORAZ WIĘCEJ TEGO TYPU OBIEKTÓW NIE TYLKO W SĄSIEDZTWIE STACJI BENZYNOWYCH. WARTO PRZYJRZEĆ SIĘ JEDNEMU Z KLUCZOWYCH ELEMENTÓW SKŁADAJĄCYCH SIĘ NA SUKCES DOBREJ MYJNI, A MIANOWICIE ŚRODKOM CHEMICZNYM DO MYCIA I PIELĘGNACJI SAMOCHODÓW.

MYJNIA PIASKOWA CZY PŁYNNĄ?

Jeśli chodzi o rodzaj środków do mycia pojazdów wykorzystywanych w myjniach to rozróżnić można dwa podstawowe ich rodzaje: środki w postaci proszku oraz środki w postaci płynu. Te w postaci płynu posiadają jedną kluczową zaletę, nie zawierają fosforanów. Fosforany są to związki chemiczne

negatywnie wpływające na środowisko w związku z czym Unia Europejska wprowadziła ograniczenia co do ilości fosforanów w środkach chemicznych. Bardziej wydajnymi środkami czystości są te w postaci proszku. Ponadto lepiej radzą sobie z zabrudzeniami na samochodach. Jedyną ich wadą jest obecność fosforanów, które jak

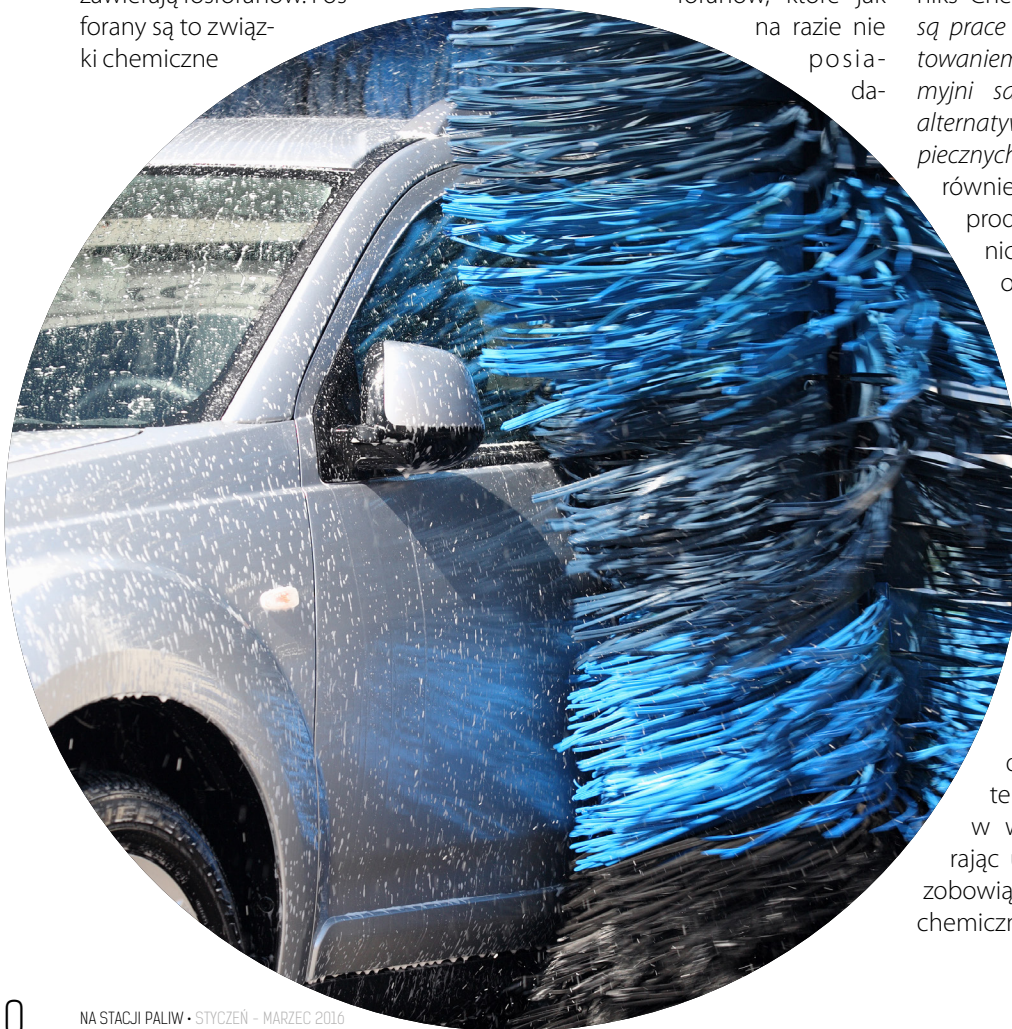
na razie nie posiadają sensownej alternatywy. Co prawda niektórzy producenci proszków do mycia samochodów zastępują fosforany innymi komponentami, wprawdzie dopuszczonymi przez unijne prawo, ale bardziej szkodliwymi dla środowiska.

Jak mówi Cezary Kulesza z firmy Feniks Chemia - *Obecnie prowadzone są prace nad stworzeniem i opatentowaniem proszku czyszczącego do myjni samochodowych z użyciem alternatywnych komponentów, bezpiecznych dla środowiska.* Podkreślił również, że jak na razie w swoich produktach udało im się ograniczyć zawartość fosforanów oraz dodatkowo opracować nowy, wydajniejszy system dozowania proszku. Dzięki temu spełnia on unijne normy.

Jak mówi Cezary Kulesza z firmy Feniks Chemia - *Obecnie prowadzone są prace nad stworzeniem i opatentowaniem proszku czyszczącego do myjni samochodowych z użyciem alternatywnych komponentów, bezpiecznych dla środowiska.* Podkreślił również, że jak na razie w swoich produktach udało im się ograniczyć zawartość fosforanów oraz dodatkowo opracować nowy, wydajniejszy system dozowania proszku. Dzięki temu spełnia on unijne normy.

JAKIMI KRYTERIAMI KIEROWAĆ SIĘ PRZY WYBORZE ŚRODKÓW CHEMICZNYCH W MYJNIACH SAMOCHODOWYCH?

Przede wszystkim właściciele myjni samochodowych przy zakupie systemów i urządzeń myjących w wielu przypadkach, zawierając umowę z producentem są zobowiązani do zakupu środków chemicznych produkowanych lub



dystrybuowanych przez tegoż producenta. Bardzo często środki te są sprzedawane w przypadku takiej umowy na korzystnych warunkach cenowych. Co więcej takie działania producentów myjni jest uzasadnione kryteriami technicznymi. Aby urządzenia wchodzące w skład systemu myjącego pracowały wydajnie i sprawnie oraz nie wyeksploatowały się za szybko zalecane jest używanie konkretnych środków chemicznych. Kolejnym kluczowym pytaniem jakie powinni sobie postawić właściciele myjni to niska cena, czy wysoka jakość. Za skuteczne i wydajne środki do mycia i pielęgnacji pojazdów trzeba często zapłacić nieco więcej, ale nagrodą za wyższy koszt są produkty wysokiej jakości. W wielu przypadkach klienci bardziej zamożni, posiadający nowsze modele aut są skłonni zapłacić więcej za gwarancję

nie uszkodzenia lakieru i karoserii. Jeśli chodzi o formy zakupu to najczęściej zaopatrujemy się w produkty tej samej firmy, a zamówienie składane jest w momencie pojawienia się zapotrzebowania na produkt. Przy długoterminowej współpracy dystrybutor ufa na tyle klientowi, że nie wymaga wcześniejszych deklaracji zakupu konkretnych ilości w konkretnym czasie.

PRODUKTY KRAJOWE CZY ZAGRANICZNE?

W przypadku chemii domowej można się spotkać z przekonaniem konsumentów o wyższości środków chemicznych pochodzących z zagranicy nad tymi produkowanymi w Polsce. Czy ten stereotyp funkcjonuje również w przypadku chemii przemysłowej? Wygląda na to,

że niekoniecznie. Polski przemysł chemiczny rozwija się dynamicznie. Największym jego problemem była dostępność komponentów potrzebnych do produkcji, ale i z tą barierą poradzi sobie polscy przedsiębiorcy. Jak przekonuje Cezary Kulesza polskie produkty obecnie są tak samo wysokojakościowe jak te zagraniczne, często nawet lepsze. - *Co więcej ich dużą zaletą jest często cena, niższa niż w przypadku produktów niemieckich czy też francuskich* - dodaje. Środki chemiczne produkowane w Polsce podbijają coraz więcej rynków zagranicznych. Niestety w niektórych przypadkach klienci zagraniczni kupując produkty kierują się "patriotyzmem regionalnym" przez co wolą zakupić produkt pochodzący z ich kraju, nawet jeśli cena jest dużo wyższa, niż cena jego odpowiednika z innego kraju. •



Międzynarodowe Targi Paliwowe
**STACJA I BIZNES
PRZYSZŁOŚCI**

5-6 października
2016

Wrocław,
Hala Stulecia

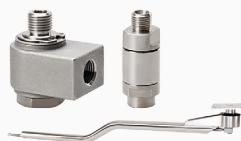
Odwiedź nas
na stoisku A37



Części do myjni samochodowych
i systemów wysoko-ciśnieniowych
oraz czyszczenia przemysłowego.



 **niebling**



 **KOTHAR™**



 **EAT PUMPS**

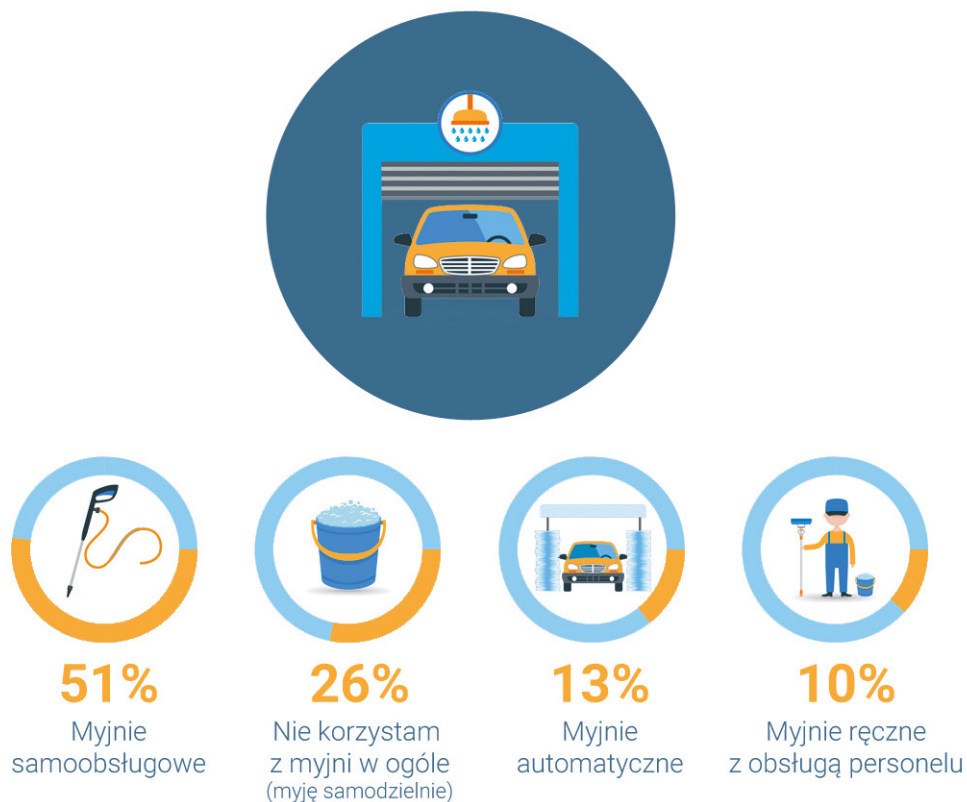


 **MOSMATIC**

W: www.aics.pl
E: info@aics.pl
T: +48 508 294 394

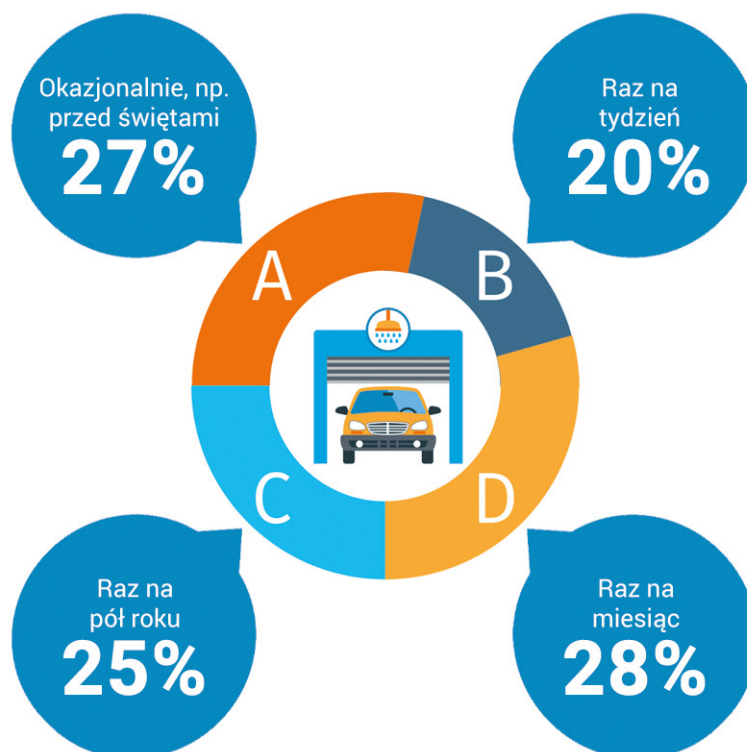
 **aics**
Automotive and Industrial
Cleaning Supplies

Z jakiego typu myjni korzystasz najczęściej?*



*Ankieta została przeprowadzona na próbie 1012 użytkowników portalu e-petrol.pl w dniach 01.12.2015 – 05.1.2016 r.

Jak często korzystasz z myjni?*



Podatek od sprzedaży detalicznej Ciemne chmury nad branżą?

ZNANY JUŻ JEST PROJEKT USTAWY O PODATKU OD SPRZEDAŻY DETALICZNEJ, KTÓRY MINISTERSTWO FINANSÓW OPUBLIKOWAŁO NA POCZĄTKU LUTEGO. PODATNIKIEM MAJĄ BYĆ BĘDĄ WSZYSTKIE SIECI HANDLOWE I SPRZEDAWCY DETALICZNI, CO BUDZI KONTROWERSJE W BRANŻY PALIW. ZDANIEM JEJ PRZEDSTAWICIELI MOŻE TO SKUTKOWAĆ M.IN. PROBLEMEM KONKURENCYJNOŚCI MAŁYCH SIECI, KTÓRE NAJBARDZIEJ STRACĄ NA TYM PODATKU.

Z projektu opublikowanego na stronach Rządowego Centrum Legislacji (<https://legislacja.rcl.gov.pl/projekt/12281601/katalog/12334997#12334997>) wynika, że nowym podatkiem objęty ma być miesięczny przychód ze sprzedaży towarów powyżej kwoty wolnej ustalonej na poziomie 1,5 mln złotych netto. Zaproponowana w projekcie ustawy podstawowa stawka podatku to 0,7 proc. przychodu nieprzekraczającego w danym miesiącu kwoty 300 mln złotych. W przypadku nadwyżki ponad tę kwotę stawka wyniesie 1,3 proc.

Ministerstwo Finansów planuje też dodatkową stawkę w wysokości 1,9 proc. od przychodów ze sprzedaży detalicznej prowadzonej w soboty, niedziele i inne dni ustawowo wolne od pracy.

W komunikacie wymieniona została grupa towarów, które nie będą podlegać nowemu obciążeniu. Nie ma wśród nich paliw płynnych. - *Wszystkie proponowane wyłączenia zostały wskazane w komunikacie, a pozostała sprzedaż detaliczna będzie objęta podatkiem* - poinformowało portal e-petrol.pl biuro prasowe resortu. To, że sprzedaż paliw będzie opodatkowana w oparciu o nową ustawę, która w pierwotnych za-

łożeniach miała dotyczyć sklepów wielkopowierzchniowych, jest zaskoczeniem dla przedstawicieli branży. - *Według pierwotnych założeń z 15 września ub. r. sprzedaż paliwa nie miała być objęta nowym podatkiem* - przypomina Leszek Wiecech z Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego. - *Nie wiem skąd taka zmiana. Paliwa to nie jest towar jak każdy inny i jeśli ktoś jest w dłuższej trasie to nie może tankowania odłożyć na później. Jeśli przepisy wejdą w życie w takim kształcie, to może dojść do tego, że kierowcy w niektórych częściach Polski w weekendy ponownie będą podróżować z kanistrami, bo część stacji może zrezygnować ze sprzedaży w dni wolne od pracy* - dodaje prezes POPIHN.

Przedstawiciele rynku również sceptycznie odnoszą się do projektu: - *Każdy nowy podatek jest bolesny dla branży paliwowej i ograniczy rozwój naszego biznesu. Będziemy zmuszeni oszczędzać gdzie się da* - uważa Leszek Hasiewicz, właściciel sieci stacji HL. - *To są środki, które powinniśmy wydać na poprawę bezpieczeństwa na stacjach czy podnoszenie pensji pracownikom, a nie oddawać do budżetu. To takie trochę „janosikowe” podejście ze strony rządzących, którzy zabierają tym, co pracują i mają, aby rozdać pozostałym* - dodaje Hasiewicz.

Krzysztof Węgrzyn, Prezes Zarządu WATIS Sp. z o.o., mówi: - *Moim zdaniem podatek nie przełoży się na ceny detaliczne. Wprawdzie udało się wynegocjować niższą prowizję za karty płatnicze, ale możemy szacować, że zrównoważy to nowy podatek od sprzedaży. Mamy dużo niejasności – np. jak rozliczać sprzedaż przypadającą w końcówce miesiąca, która wypadnie w weekend? (doliczyć podatek weekendowy?), który z naszych kontrahentów zaakceptuje podwyższoną cenę o należny podatek weekendowy? Pojawia się tutaj problem konkurencyjności małych sieci – i to one przegrają na tym podatku. Obawiam się, że podatku tylko dla dużych sieci nie dałoby się łatwo wprowadzić, stąd decyzja o obciążeniu wszystkich uczestników rynku niezależnie od skutków.* •





Paweł Grzywaczewski, wiceprezes Anwim S.A.;
operatora polskiej sieci stacji paliw Moya

Ideą ustanowienia podatku od sprzedaży detalicznej miało być wyrównanie szans małych przedsiębiorców wobec dużych zagranicznych sieci handlowych. Jako branża paliwowa byliśmy zapewniani, że projekt nie obejmie stacji paliw. Tymczasem obecny projekt ustawy jest zupełnym zaprzeczeniem tych idei.

Nie rozumiemy, dlaczego podatkiem mają być objęte sieci franczyzowe, kiedy ponad 50 proc. franczyzobiorców, tj. małych przedsiębiorców, wybrało barwy polskich sieci takich jak Orlen, Lotos czy Moya. Objęcie podatkiem sieci franczyzowych postrzegamy jako niezrozumiałą próbę ukarania przedsiębiorców, którzy chcieli zadbać o gwarantowany, wysoki standard i jakość swojego biznesu. Mniejsi przedsiębiorcy wchodząc do sieci zdecydowali się prowadzić swój biznes w sposób uczciwy i rzetelny.

Propozycja podatku, w obecnym kształcie, w sposób istotny podniosłaby koszty działalności uczciwych uczestników sieci stacji paliw. Tym samym, przy bardzo niskich marżach detalicznych, wielu z nich w poszukiwaniu rentowności biznesu zmuszonych byłoby do opuszczenia sieci. Jestem przekonany, że wówczas znaczna część tych firm, aby przetrwać, będzie zmuszona kupować paliwa w szarej strefie. Wg nas propozycja Ministerstwa Finansów w obecnym kształcie jest de facto wsparciem szarej strefy, której udział w rynku już dziś szacuje się na 20 proc. Nie wydaje mi się, aby taki właśnie był zamiar autorów projektu.

Niezrozumiałą propozycją zawartą w projekcie jest również pomysł, by franczyzodawca płacił podatek od całego obrotu sieci franczyzowej, niezależnie czy dostarcza sprzedawane w sieci produkty czy też nie. Franczyza w paliwach polega na tym, że franczyzodawca najczęściej wymaga zakupu tylko paliw, a produkty tzw. „sklepowe” franczyzobiorcy mogą kupować dowolnie. Dlaczego więc franczyzodawca ma płacić podatek od sprzedaży produktów, których nie dostarcza?

Dla nas, polskiej firmy działającej na rynku od niemal 25 lat, zatrudniającej kilkaset osób, projekt w obecnym kształcie oznacza potężne straty finansowe i konieczność podjęcia trudnych i szybkich decyzji dot. redukcji zatrudnienia, weryfikacji planów inwestycyjnych oraz znacznego zmniejszenia obrotów.



Ireneusz Jabłonowski, prezes HUZAR PSP S.A.

Są dwa zagadnienia związane z nowym podatkiem. Pierwsze, to zasadność obciążania stacji – wprawdzie początkowa idea była dobra i trzymaliśmy za nią kciuki. Chodziło o opodatkowanie sklepów wielkopowierzchniowych i spowodowanie, że stacje marketowe przestaną sprzedawać paliwo poniżej cen zakupowych. Tymczasem mamy do czynienia z zupełną zmianą sensu opodatkowania.

Jeśli nowym podatkiem zostanie objęte paliwo, w obecnej sytuacji, może kierowcy tego nie odczują, ale w warunkach, kiedy ceny wzrosną np. do 5,50 zł za litr, to wzrost ceny o 1 czy 2 grosze na litrze będzie decydować o tankowaniu, wtedy problem stanie się realny, w końcu dobrze nakłada się podatek, kiedy ceny są niskie...

Drugim zagadnieniem jest natomiast kwestia szczegółów projektu – tego, co definiuje się jako sieć handlową na przykład. W naszej grupie nie mamy typowych umów franczyzowych, ja nie dysponuję możliwością wglądu w obroty poszczególnych stacji – toteż dla nas taki podatek oznaczał będzie dodatkowe koszty np. w postaci systemu rozliczania.

Taki przepis uderzy w sieci franczyzowe – nie jest tajemnicą poliszynela, że w typowej franczyzie wielu franczyzobiorców już po roku przestaje być zadowolonych z warunków umowy – według uzasadnienia projektu umożliwi im zmianę marki. Może to być szansa dla takich sieci jak nasza, jednak w całości trudno nie uznać, że projekt będzie uderzał w całość paliwowego biznesu. Zmienił się cel i wymiar społeczny nowego planowanego obciążenia i dotknie on inne obszary – niż zamierzano, a dla handlu stanowi niesamowity cios.

Kompleksowe zarządzanie paliwami na stacjach już dostępne na rynku

JAKUB BULARZ

Rynek rozwiązań do zarządzania stanami paliw dzieli się na dwie grupy:

- producentów sprzętu stacyjnego, którzy swoją ofertę rozszerzyli o mechanizmy rekoncylacji, detekcji wycieków itp. Kładą one większy nacisk na dokładność pomiarów, niż na analitykę po stronie scentralizowanego systemu (który najczęściej w ogóle nie istnieje).
- producentów oprogramowania, którzy oferują mechanizmy analityczne i statystyczne – często scentralizowane. Rozwiązania te korzystają z istniejącej infrastruktury, która może oferować zbyt małą dokładność aby móc efektywnie wykrywać nieprawidłowości.

Doświadczenia firmy AIUT w branży LPG (ponad 40 tysięcy instalacji w Polsce, Czechach, Słowacji, Danii, Wielkiej Brytanii, Irlandii, Austrii i na Bliskim Wschodzie), zarówno jeśli chodzi o produkcję urządzeń telemetrycznych jak i oprogramowania użytkowego, przyczyniły się do stworzenia kompleksowej propozycji dla stacji, pełnego systemu zarządzania stanami oraz dostawami

paliw. Tak powstał system FuelPrime, który zapewnia zarówno urządzenia telemetryczne do monitorowania zbiorników, kontroler stacyjny na bieżąco zbierający dane sprzedażowe, system zcentralizowany pozwalający na zdalny nadzór nad stacjami i wreszcie algorytmy analityczne przetwarzające dane i realizujące szereg funkcji biznesowych.

Główne zadania systemu to:

- Alarmowanie email/sms o potencjalnych zagrożeniach (stan martwy, woda w zbiorniku, ubytek paliwa)
- Autokalibracja zbiorników
- Nadzór nad kalibracją dystrybutorów
- Wykrywanie wycieków i kradzieży
- Wykrywanie błędów systemu kasowego
- Rozliczenie dostaw
- Bilansowanie paliw – dziennie oraz online
- Predykcja zużycia paliwa
- Optymalizacja dostaw
- Zapobieganie przepełnieniom podczas dostawy LPG

System został wybrany przez jedną z wiodących firm polskiej branży paliwowej jako nowy system zarządzania stanami paliw. Aktualnie jest

prowadzony pilotaż na ponad 50 stacjach w Polsce, do końca roku system ma być rozszerzony o kolejne lokalizacje. Projekty demonstracyjne systemu FuelPrime obejmują już ponad 100 stacji w innych krajach.

IDEA I ZALETY SYSTEMU

Mając do dyspozycji dokładne dane telemetryczne ze zbiorników i dystrybutorów oraz dane dostaw z terminali paliwowych system FuelPrime śledzi całą drogę, którą przemierza paliwo: od załadunku cysterny na terminalu do sprzedaży paliwa na stacji, dzięki temu system jest w stanie dokładnie wyliczyć zyski lub straty właścicieli stacji paliw dla określonego okresu lub określonej dostawy. Analiza zysków i strat odpowiada na pytania:

- Gdzie dokładnie powstał zysk bądź strata: podczas transportu, w zbiorniku, czy może podczas sprzedaży?
- Z czym są powiązane zyski lub straty (temperatura, kalibracja urządzeń pomiarowych, wycieki, kradzieże itp.)?
- Jak konkretne zyski/straty mogą zostać wyliczone z punktu widzenia właściciela stacji?

Okiem redaktora:

System FuelPrime to z pewnością rozwiązanie zasługujące na uwagę w zakresie szeroko pojętego gospodarowania stacją paliw – analiza całej drogi od terminala do dystrybucji paliwa na stacji ułatwia oszacowanie zysków, kontrolę ewentualnych ubytków i lokalizację problemów – a skala rozwiązań inżynierskich proponowanych przez AIUT imponuje. Warto podkreślić, że ta polska firma jest liderem nowoczesnych rozwiązań telemetrycznych, a produkty FuelPrime stanowią produkt najwyższej jakości, z całą pewnością potrzebny na naszym rynku paliw.

dr Jakub Bogucki
analityk rynku paliw



- W jaki sposób rozdzielić straty na które nie mamy wpływu od tych, które można ograniczyć?

Pełna instalacja na stacji trwa kilka godzin i co istotne nie wymaga prowadzenia kabli na podjeździe ani wstrzymywania normalnej pracy stacji. Kontroler FuelPrime Console zostaje podłączony do istniejących systemów ATG (np. Veder-Root, OPW, Fafnir). W przypadku braku systemu ATG montuje się sondy magnetostrykcyjne oraz bezprzewodowe urządzenia telemetryczne transmitujące drogą radiową odczyty ze zbiorników do FuelPrime Console.

FuelPrime jest niezależny od systemów ATG i sprzedażowych, dzięki temu wymaga jedynie prowadzenia codziennego bilansu paliw. W zależności od infrastruktury stacji – wykorzystuje dane telemetryczne lub ręcznie wprowadza je przez pracowników stacji.

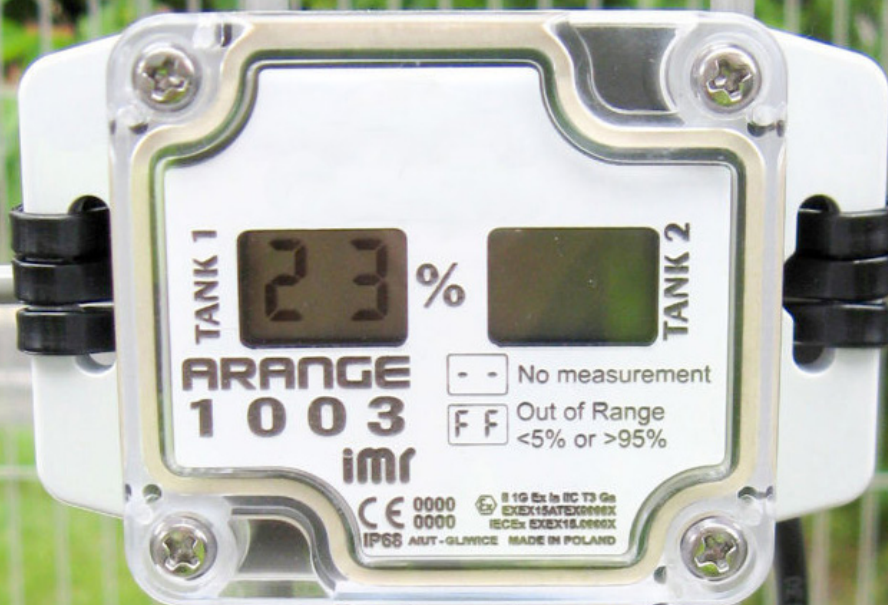
POLSKIE ROZWIĄZANIE W WĄSKIM GRONIE ŚWIATOWYCH LIDERÓW BRANŻY

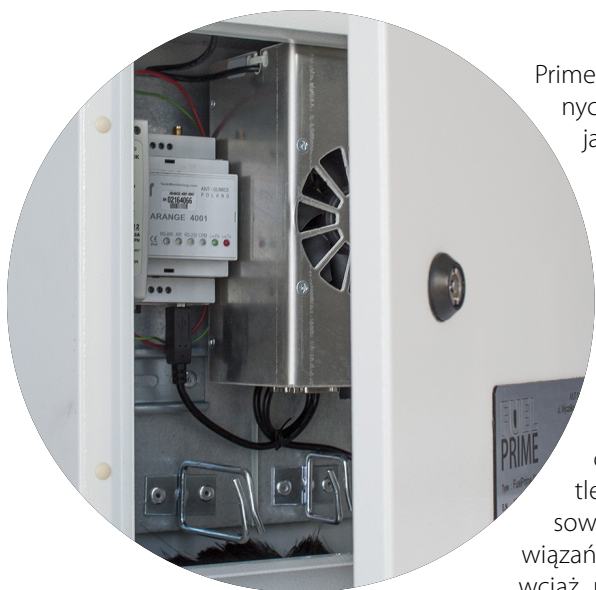
Rekoncyliaacja paliw to bilansowanie przepływu paliwa na stacji, czyli porównanie ilości paliwa dostarczanego do zbiorników oraz ilości paliwa wypływającego ze zbiorników w procesie jego sprzedaży. Pionierem w tej dziedzinie była firma Warren Rogers Associates, która w latach 80-tych wprowadziła pojęcie analizy statystycznej rekoncyliaacji stanów paliw (SIRA - Statistical Inventory Reconciliation Analysis) jako sposobu monitorowania zbiorników oraz powiązanych z nimi liniami przepływu paliwa (orurowanie, pompy, dystrybutory). Mechanizm statystycznej rekoncyliaacji od początku czerpał korzyści z systemów ATG jako źródła dokładnych pomiarów ilości paliwa.

W 1993 roku, amerykańska Agencja Ochrony Śro-

dowiska EPA wydała broszurę, w której opisuje zalecany sposób wykonywania rekoncyliaacji paliw w trybie dziennym, oraz długoterminowym. Stanowiła ona pomoc i wskazówki działań dla stacji benzynowych znajdujących się na terenie USA. Bazuje on na manualnym pomiarze stanów paliw za pomocą łąty. Ta i kolejne broszury wydane przez EPA mają na celu uświadomienie właścicielom, bądź zarządcom stacji paliw, problemów związanych z zanieczyszczeniem środowiska spowodowanym wyciekami paliwa oraz podają rekoncyliaację paliw jako metodę wykrywania i zapobiegania wyciekom. EPA wprowadziła również normy wykrywalności wycieków określając, że aby metoda mogła zostać uznana za bezpieczną musi wykrywać wycieki rzędu 18 litrów na dobę z prawdopodobieństwem co najmniej 95% nie dając przy tym więcej niż 5% fałszywych alarmów.

Statystyczna metoda FP IRC oferowana w ramach systemu FuelPrime została w 2015 roku pozytywnie oceniona pod względem zgodności z normą EPA. Weryfikacja została przeprowadzona przez niezależną organizację Ken Wilcox Associates (USA), która wydała certyfikat potwierdzający możliwości wykrywania wycieków z prawdopodobieństwem 99% i poniżej 1% wystąpień fałszywych alarmów. Podobnym certyfikatem może się pochwalić zaledwie kilkanaście firm ze światowej branży paliwowej.





WSPARCIE NAUKI I NOWOCZESNE TECHNOLOGIE

Do powstania systemu FuelPrime w dużej mierze przyczyniły się badania naukowe prowadzone wspólnie przez inżynierów AIUT oraz pracowników naukowych Instytutu Informatyki Teoretycznej i Stosowanej Polskiej Akademii Nauk, z którą AIUT ściśle współpracuje. Dotychczas zrealizowano już wspólnie kilka dużych programów dofinansowanych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, z których jeden dotyczył właśnie systemu zarządzania stanami paliw i optymalizacji dostaw.

Algorytmy wykorzystywane w Fuel-

Prime oparte są o wiele sprawdzonych metod naukowych, takich jak sieci neuronowe, metody regresji, dynamiczne sieci bayesowskie oraz transformaty falkowe.

Rozwiązania systemu FuelPrime opierają się na nowoczesnych technologiach, co wyróżnia je na tle innych stosowanych rozwiązań bazujących wciąż na technologiach lat 90-tych.

Instalatorzy systemu wypełniają protokół montażu na swoich smartfonach, pracownicy stacji sprawdzają bilans paliw w aplikacji webowej, właściciele stacji mogą je kontrolować ze swoich PC czy tabletów. Informacja o wykryciu alarmu przez system trafia natychmiast sms-em do odpowiednich służb. Kierowca cysterny identyfikuje się za pomocą NFC w swoim smartfonie i obserwuje stany podczas dostawy na urządzeniu radiowym (przy zbiornikach), a zeskanowane protokoły serwisu trafiają do repozytorium na serwe-

rze centralnym, gdzie mogą być odczytywane z dowolnego miejsca na świecie.

AUDYTY DOSTAW

Dodatkową usługą świadczoną przez AIUT na stacjach paliw są audyty dostaw. Bazując na dokładnych pomiarach telemetrycznych oraz na analizie strat związanych z dostawami – system FuelPrime identyfikuje przypadki prawdopodobnych ubytków powstałych podczas transportu (niedokładność nalewaków na terminalach, nieszczelności cysterny, kradzieże kierowców). Na tej podstawie przeprowadzane są audyty polegające na rozładunku wybranych dostaw przez legalizowany przenośny przepływomierz, który z dużą dokładnością może potwierdzić nieprawidłowości związane z konkretną dostawą. Audyty mogą być podstawą do reklamacji dostaw i kontroli nieuczciwych kierowców. •



Lider z Gliwic

AIUT, to polska firma inżynierska, w tym roku będzie świętować swoje 25.lecie. Zatrudnia ponad dwustu inżynierów automatyków, elektroników, mechaników i informatyków. Specjalizuje się w automatyce i robotyce przemysłowej, głównie dla przemysłu motoryzacyjnego, wdrażając linie produkcyjne dla czołowych producentów branży na całym świecie.

Rozwiązania telemetryczne dla branży paliwowej, LPG i dystrybucji gazu i ciepła tworzy od podstaw od 2002 roku. Objęła swoim systemem telemetrycznym ponad sto tysięcy gazomierzy w kraju i za granicą oraz czterdzieści tysięcy odbiorców ciepła w kraju.

Firma ma główną siedzibę w Katowickiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej w Gliwicach oraz kilka oddziałów w kraju i za granicą (min. w USA).

Nie chodzi o to, żeby mieć na półkach mnóstwo towaru, z czego sprzedaje się mniej niż połowa

O PLANACH ROZWOJU NAJWIĘKSZEJ SIECI PRZYMARKETOWYCH STACJI BENZYNOWYCH ORAZ PROBLEMACH POJAWIAJĄCYCH SIĘ W CODZIENNEJ PRACY W ROZMOWIE Z REDAKCJĄ NA STACJI PALIW OPOWIADA ALEKSANDER HOŁOGA, KIEROWNIK DZIAŁU STACJI PALIW W SPÓŁCE SCA PR POLSKA, ZARZĄDZAJĄCEJ SIECIĄ STACJI INTERMARCHÉ.

Na Stacji Paliw: Sieć stacji paliw Intermarché w ostatnich latach systematycznie rośnie i jest już liderem w przy-marketowym segmencie rynku detalicznego. Czy stawiają sobie Państwo jakiś konkretny cel do osiągnięcia np. określoną liczbę obiektów?

Aleksander Hołoga: Faktycznie, cały czas rozwijamy się i na koniec 2015 r. w naszej sieci działało już 58 obiektów. Staramy się z roku na rok otwierać coraz więcej placówek. Czasem nam to wychodzi lepiej, czasem gorzej a głównym problemem są kwestie pozwoleń administracyjnych. Jeśli chodzi o plan to jest założenie, że w 2020 roku będziemy mieć 150 stacji.

Większość stacji Intermarché to obiekty przy sklepach. Ale prowadzili też Państwo test z budową samodzielnych stacji paliw. Czy są już pierwsze wnioski z tego eksperymentu, które pozwalają ocenić, czy taki kierunek rozwoju będzie kontynuowany?

Ten eksperyment cały czas jest prowadzony, a pierwsze wnioski wyglądają optymistycznie. Warunek jest jeden - dobra lokalizacja. W tych miejscowościach, gdzie mamy stacje poza parkingiem sklepu, ten warunek jest spełniony i dzięki temu obiekty są rentowne.

Czy w takim razie stację Intermarché zlokalizowaną poza sklepem może otworzyć każdy?

Nie - stację z naszym logo może prowadzić tylko właściciel sklepu Intermarché.

A stacja musi być w tej samej miejscowości co sklep?

Dzisiaj jest tak, że te obiekty, które nie znajdują się w bezpośrednim sąsiedztwie marketu, są zlokalizowane w tym samym mieście. Nie wykluczam jednak, że w przyszłości nasza stacja może pojawić się w miejscowości, w której nie ma sklepu. Nadal jednak będzie to powiązanie, że jej właścicielem jest spółka, która prowadzi sklep.

Sieć stacji Intermarché jest znana z tego, że agresywnie walczy ceną o klienta. Czy w takim modelu działania można zarabiać na sprzedaży paliw?

Sprzedaż paliw to tylko jedna z usług, jaką Intermarché oferuje klientom. Jest oczywiście założenie, że nie można do niej dokładać, czyli w tej części paliwowej stacja musi przynajmniej wyjść na zero. Przede wszystkim chcemy jednak przyciągnąć klienta do sklepu.

A co z oferty pozapaliwowej najlepiej sprzedaje się na stacji i na czym najwięcej się zarabia?

Prym wiodą alkohole i papierosy, czyli te towary, na których marża

nie jest zbyt wysoka. W dalszej kolejności przekąski. Jeśli chodzi o zyskowność to ta w naszym przypadku największa jest na markach własnych Intermarché, które trafiają na stację. Mam tu na myśli produkty z zakresu motoryzacji czy artykuły spożywcze.

Naszym atutem jest to, że na stacji są takie same ceny jak w marketcie Intermarché. Do tego mamy dobrze dobrany asortyment w święta i dni wolne od pracy na naszych stacjach pojawiają się kolejki, bo w ofercie mamy np. świeże pieczywo.

Czyli powierzchnia sklepu na stacji jest większa niż u konkurencji?

Nie, bo nie chodzi o to, żeby mieć na półkach mnóstwo towaru, z czego sprzedaje się mniej niż połowa. Sztuką jest to, aby mieć tak dobrany asortyment, że rotuje cały sklep. Naszą przewagą jest to, że świetnie znamy się na handlu artykułami spożywczymi. Mamy doświadczony dział category management, który układa planogramy i plansze merchandisingowe, które są zmieniane co kwartał. Na bieżąco analizujemy też sprzedaż.

A jak wygląda opłacalność kącików gastronomicznych?

Faktycznie oferta gastronomiczna generuje wysoką marżę i jeżeli stacja sprzedaje dużo tego typu produktów, to można na niej dobrze zarobić.

Wspomniał Pan, że święta i dni wolne od pracy to dobry okres dla sprzedaży na stacji. Jak w takim razie ocenia Pan pomysł na nowe regulacje, które według medialnych doniesień mogą spowodować, że w dni świąteczne na stacjach będzie można sprzedawać tylko paliwa?

Nie znam projektu nowelizacji przepisów, więc nie chciałbym się do tego odnosić. Jeśli jednak zmiany będą szły w tym kierunku o jakim mowa, to wywoła to z pewnością spore poruszenie na całym rynku paliw. Dzisiaj mamy do czynienia ze sprzedażą komplementarną, czyli paliwa i coś jeszcze. W tym kierunku idą zarówno duże koncerny, jak i mniejsi gracze, prywatne stacje. Można nawet powiedzieć, że same paliwa przestają być podstawą biznesu a stają się nim usługi dodane.

Czy takie zmiany mogą zahamować rozwój rynku detalicznej sprzedaży paliw?

W przypadku naszej sieci nie, bo jak wcześniej wspomniałem naszym celem jest to, aby przyciągnąć jak największą liczbę klientów do sklepu Intermarché i promować markę. Myślę też, że przeciw takim zmianom protestować będą sami klienci, którzy są przyzwyczajeni do tego, że w święta można zrobić zakupy na stacji.

Pod koniec ubiegłego roku media informowały o zakupomatach (coolomatach) sieci Alma, które pojawiły się m.in. na stacjach Statoil. Czy na stacjach Intermarché pojawią się podobne urządzenia, które pozwolą odebrać zakupy on-line z Państwa sklepów?

My idziemy w trochę innym kierunku. U uruchomiliśmy testowe punkty Drive Intermarché w różnych miastach, w których można odebrać zakupy zrobione przez

Internet. To szybka i wygodna forma, bo przygotowane zamówienie nasz pracownik pakuje prosto do bagażnika samochodu. Przy dwóch tego typu lokalizacjach mamy stacje i na nich specjalne promocje dla klientów korzystających z formuły Drive.

Z logo Intermarché działa już blisko 60 obiektów. W codziennej pracy tak dużej sieci pojawia się z pewnością sporo problemów. Z jakim najczęściej spotykają się pracownicy Państwa stacji? Czy to np. zatankowanie niewłaściwego paliwa?

Ryzyko zatankowania przez klienta niewłaściwego paliwa udało się nam mocno ograniczyć. Od około 6 lat montujemy dystrybutory z systemem głosowym i z naszych badań wynika, że omyłkowość przy tankowaniu spadła dzięki temu o około 60 proc. Jeśli jednak do takiej sytuacji dojdzie i klient zatankuje niewłaściwe paliwo, to oferujemy wszelką pomoc od spuszczenia paliwa po wezwanie lawety. W przypadku, kiedy to nasz pracownik naleje niewłaściwe paliwo, to odpowiedzialność przechodzi na nas i jesteśmy od takich sytuacji ubezpieczeni. Od kiedy pojawiła się samoobsługa tankowania autogazu to klienci często odjeżdżają z pistoletami podłączonymi do samochodu. Chyba nie ma tygodnia, aby ktoś nie odjechał nam w taki sposób spod dystrybutora LPG. Na szczęście mamy specjalne szybkozłączki i takie zdarzenie nie powoduje zagrożenia i wstrzymania pracy stacji.

A co w jeśli w takiej sytuacji dojdzie do uszkodzenia dystrybutora? Klient płaci za naprawę?

Do takich zdarzeń nie dochodzi na szczęście często, bo mamy do czynienia z szybkozłączką, którą można wpiąć. Jeśli jednak zauwa-

żymy, że doszło do uszkodzenia pistoletu, to klient, zwykle ze swojej polisy OC, jest obciążany kosztem zakupu nowego pistoletu, bo urządzeń tego typu się nie regeneruje.

A tankowanie bez płacenia? Według szacunków Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego w 2014 r. doszło do 100 tys. tego typu kradzieży a sytuację pogorszyła nowelizacja kodeksu karnego podnosząca dolną granicę strat kwalifikowanych jako przestępstwo. Czy w sieci Intermarché to częste zjawisko?

W naszej sieci to nie jest poważny problem. Zdarza się on u nas średnio raz w miesiącu. Mam wrażenie, że większe stacje są dla złodziei bardziej łakomym kąskiem. U nas są tylko 4 dystrybutory i często jest kolejka czekających pojazdów, więc możliwości kradzieży są ograniczone.

A jak wygląda procedura w przypadku takiego zdarzenia?

Każda ucieczka musi zostać zgłoszona na policję. Mamy specjalny protokół, który należy sporządzić i załączyć do niego nagranie z monitoringu. Na wszystkich stacjach pod wiatą mamy kamery HD, które pozwalają ustalić numer rejestracyjny samochodu i nawet, jeśli tablice są kradzione, to możemy go odczytać z naklejki na szybie. Jeżeli mamy informację o umorzeniu postępowania to traktujemy to jako stratę. W przypadku kiedy sprawca zostaje wykryty, a w kilku przypadkach tak było, to on ponosi koszty skradzionego paliwa. •

Dziękujemy za rozmowę.

Strumień przychodów – sprzedaż alkoholu na stacjach paliw

SZYMON ARASZKIEWICZ

SPRZEDAŻ ALKOHOLU STANOWI ZAUWAŻALNĄ CZĘŚĆ PRZYCHODÓW STACJI PALIW. JEST TO JEDNO Z TYCH DÓBR, CO DO KTÓRYCH MOŻNA Z WYSOKIM PRAWDOPODOBIEŃSTWEM ZAKŁADAĆ, ŻE BĘDĄ CIESZYŁY SIĘ POPYTEM ZE STRONY KUPUJĄCYCH TAKŻE W DŁUGIEJ PERSPEKTYWIE. NIEZALEŻNIE OD TEGO JEDNAK, PRZY ZASTOSOWANIU ODPOWIEDNICH TECHNIK MOŻNA JESZCZE DODATKOWO POPRAWIĆ REZULTATY Z JEGO SPRZEDAŻY. WARTO POD TYM KĄTEM MONITOROWAĆ PRACĘ W POLSKIM PARLAMENCIE, BO W OSTATNICH LATACH CO JAKIŚ CZAS DOCHODZIŁY STAMTĄD SYGNAŁY, ŻE NIEKTÓRZY POLITYCY CHĘTNIE ZABRONILIBY STACJOM SPRZEDAWANIA ALKOHOLI.

GARŚĆ STATYSTYKI

Na początek trochę liczb. Wg informacji posiadanych przez Information Market S.A., na niektórych stacjach paliw alkohol potrafi przynosić nawet 10 proc. całego przychodu, najczęściej jest to jednak między 5 a 10 proc. Patrząc o poziom niżej, sprzedaż alkoholi to często około 25-30 proc. pozapaliwowego przychodu stacji. Jest to zatem grupa produktowa istotna z punktu widzenia prowadzonego biznesu.

JAK SKUTECZNIE(J) SPRZEDAWAĆ?

Obowiązująca w Polsce Ustawa o Wychowaniu w Trzeźwości i Przeciwdziałaniu Alkoholizmowi zakazuje, co do zasady, promocji i reklamy na terenie kraju alkoholi, poza piwem, przy całym szeregu zastrzeżeń (np. nie można reklamować piwa jako środka leczniczego, nie można reklamować go w sposób kojarzący się ze sprawnością fizyczną czy też prowadzeniem auta, jak również jako środka podnoszącego atrakcyjność seksualną osoby spożywającej – wszystkie zastrzeżenia są w ustawie). Ogranicza to w dużym stopniu pole manewru sprzedawców, niemniej nadal można zastosować pewne techniki merchandisingu (czyli teorii opartej o psychologię i socjolo-



gię, o tym jak umiejscowienie towaru w punkcie handlowym może przełożyć się na poprawę jego sprzedaży), by zwiększyć zainteresowanie poszczególnymi markami czy kategoriami czy też zachęcić klienta, by kupił w naszym sklepie więcej niż początkowo planował.

Warto obserwować rynkowe trendy, ale też i mądrze słuchać klientów. Od kilku lat w Polsce mamy do czynienia z tzw. „rewolucją piwną” – modne jest w wielu kręgach picie piw rzemieślniczych, pochodzących z niewielkich polskich browarów lokalnych, zamiast królujących dotąd piw produkowanych przez wielkie koncerny, nawet pomimo zauważalnie wyższych cen tych pierwszych. Zdaniem miłośników produkcji rzemieślniczej, przewaga smakowa rekompensuje nawet ten większy wydatek. Jeżeli zatem

klienci stacji pytają, czy są dostępne na naszej stacji jakieś alkohole, na przykład wspomniane piwa, to warto choćby na próbę pewną ilość takich produktów sprowadzić i do oferty dołączyć, a taki test sprzedażowy szybko pokaże, czy może to być hit handlowy. Kwestia merchandisingu alkoholi to temat rzeka, więc w niniejszym artykule przedstawimy pewne podstawowe zagadnienia z tego zakresu, kluczowe zasady, których warto się zawsze trzymać.

Alkohol mocny sprzedawany jest przeważnie w strefie zakasowej, bo jest tam dobrze widoczny dla klientów i przyciąga uwagę. Wpływa to też korzystnie na bezpieczeństwo obsługi, podawania, eliminację kradzieży itp. Butelki ustawiać należy w podziale na kategorię, czyli rodzaj alkoholu i typ (wysoko- i mniej procentowy; wina, koniaki, likiery, itd.). Klient powinien móc łatwo odnaleźć poszukiwaną przez siebie markę, zatem można zastosować tu wydzielanie kolorami czy stylistyką butelek. Alkohole eksponować warto wg typów, czyli grupować je razem: np. wina półwytrawne, wytrawne, słodkie; wódki czyste, wódki „smakowe”, alkohole kolorowe; piwa jasne, ciemne, o nietypowych smakach (np. owocowe), itd. Pamiętajmy też o pogrupowaniu produktów w ramach określonych kategorii wg

kryteriów cenowych – tańsze z tańszymi, droższe z droższymi. Można alkohol mocniejszy marek premium umieścić na specjalnych meblach z zamontowanym podświetleniem, co jeszcze podnosi atrakcyjność towarów i wzmacnia wrażenie estetyczne, poczucie dostępu do dóbr luksusowych. Producenci mebli dla sklepów mają w swojej ofercie też szafki na wina, w których półki ustawione są pod kątem, a butelki niejako leżą – powoduje to u kupującego wrażenie obecności w winiarni i wybierania produktu, który leżakował, co za tym idzie jest szlachetny i będzie smaczniejszy. To ciekawa opcja dla właścicieli większych powierzchni handlowych.

Piwo jest dość wdzięczne do ustawiania w sklepikach przystacynych, można je eksponować na półkach czy w chłodniach, ale też utworzyć wysepki z opakowań, co przyciągnie uwagę kupujących, czy też skorzystać z końcówek/boków szaf i regałów. Osobno ustawiać trzeba oczywiście piwo w butelkach i piwo w puszkach.

PIŁEŚ – NIE JEDŹ; JEDZIESZ – NIE PIJ I NIE KUPUJ?

Co jakiś czas pojawiają się w dyskusji publicznej inicjatywy, mające na celu zablokowanie sprzedawania alkoholu na stacjach paliw. Z ostatnią taką próbą mieliśmy do czynienia na początku 2014 r., gdy grupa ówczesnych senatorów (z różnych partii) zgłosiła inicjatywę zmian odpowiednich przepisów tak, by stacje paliwowe przestały być kanałem sprzedaży alkoholu. Celem takich restrykcji miałyby być zwiększenie bezpieczeństwa na drogach poprzez eliminację pijanych kierowców oraz zmianę kulturowych nawyków powiązanych z piciem alkoholu. W uzasadnieniu swojego projektu senatorowie napisali m.in., że kierowcy wchodzący na stację paliwową nie powinni dostawać impulsu w postaci półek uginających się od butelek z alkoholem oraz że w perspektywie wieloletniej dochodzi do budowania skojarzenia kupowania alkoholu ze stacją paliw, czyli miejscem związanym jednoznacznie z prowadzeniem auta.

Wobec atrakcyjności alkoholu jako źródła przychodów stacji i perspektyw w tym zakresie, „Na Stacji Paliw” skontaktował się z niektórymi z senatorów będącymi w grupie wnioskodawców opisywanych powyżej zmian i którzy wciąż zasiadają w Parlamencie, pytając czy planują oni ponownie podnieść tę kwestię w trakcie bieżącej kadencji. Niestety, żaden z nich na zadane pytanie nam nie odpowiedział. •

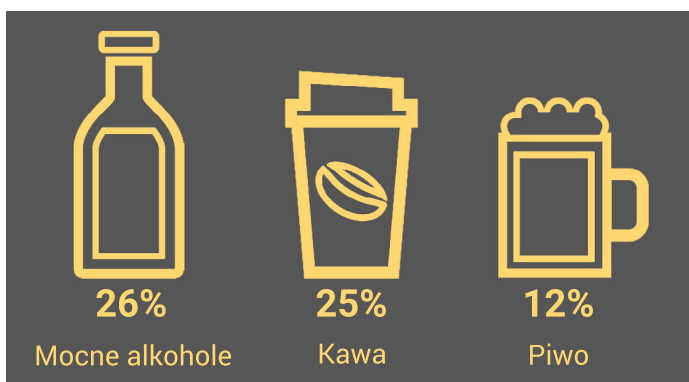


Wyniki ankiety przeprowadzonej wśród użytkowników portalu e-petrol.pl potwierdzają informacje zebrane przez autora z rynku: alkohole, mocne i niskoprocentowe, to kategoria wyróżniająca się wśród napojów kupowanych na stacji. Stacje często pełnią w swojej okolicy rolę mini-sklepów, gdzie można szybko zrobić zakupy – na razie jeszcze nie spożywcze czy związane z „chemią domową”, bo nie każdy asortyment stacje oferują, ale po napoje czy przekąski na imprezę lub spotkanie towarzyskie już jak najbardziej możemy na stację pójść. Stacje są często całodobowe, czym też dodatkowo wygrywają i ściągają więcej klientów, gdy tradycyjne lokale handlowe są już pozamykane. Przy dobieraniu asortymentu pozapaliwowego do oferty stacji, zarządzający musi jednak zawsze dobrze zastanowić się, kim są i jakie mają oczekiwania jego klienci, by nie „spudłować”.

Szymon Araszkiewicz

Consulting Information Market S.A.

Napoje: co najczęściej wybierasz na stacji paliw?*



I N N E

- Herbata 10%
- Woda mineralna 10%
- Napoje energetyczne 9%
- Napoje gazowane 4%
- Gorąca czekolada 2%
- Soki 2%



*Ankieta została przeprowadzona na próbie 1035 użytkowników portalu e-petrol.pl w dniach 01.01.2016 – 21.01.2016 r.

Budowa i użytkowanie stacji paliw a ochrona środowiska

POSTĘP TECHNICZNY, A TAKŻE ZWIĘKSZENIE POTRZEB OGÓŁU SPOŁECZEŃSTWA DOPROWADZIŁY DO SYTUACJI, KIEDY STACJE PALIW, PRÓCZ DOCELOWEJ FUNKCJI, JAKĄ PEŁNIĄ CZYLI SPRZEDAŻY PALIW, ZASPAKAJĄĄ SZEREG INNYCH POTRZEB KONSUMENCKICH. NAJCZĘŚCIEJ ZAOPATRZONE SĄ W PUNKTY USŁUGOWO - GASTRONOMICZNE, DZIĘKI CZEMU MOŻNA PRZY JEDNEJ WIZYTCIE ZROBIĆ ZAKUPY, ZJEŚĆ POSIŁEK, UMYĆ SAMOCHÓD CZY DOKONAĆ DROBNYCH USŁUG SERWISOWYCH.

Prowadzenie działalności w postaci sprzedaży paliwa na stacji paliw, zgodnie z brzmieniem ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 r. - Prawo ochrony środowiska (tekst jedn.: Dz. U. z 2008 r. Nr 25, poz. 150, z późn. zm.) - dalej p.o.ś. a także w rozumieniu art. 4 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095, z późn. zm.) - dalej u.s.d.g., bez wątpienia związane jest z korzystaniem ze środowiska naturalnego, a przedstawione powyżej rozszerzenie jej zakresu usług i oferowanych produktów, łączy się ze zwiększonym negatywnym oddziaływaniem na środowisko. Zatem w tym kontekście, zarówno na etapie budowy czy uruchamiania, jak i eksploatacji stacji, aby zapobiec nadmiernej ingerencji i degradacji przyrody przedsiębiorcy powinni spełniać szereg wymogów prawnych i realizować obowiązki związane z ochroną środowiska.

przedsiębiorcy obowiązków (w dużym uproszczeniu), jest zapewnienie funkcjonowania stacji paliw w sposób bezpieczny nie tylko dla środowiska, ale również dla zdrowia i życia ludzkiego. Ponadto powinien on posiadać wszelkie wymagane prawem pozwolenia i umowy dotyczące korzystania ze środowiska. Do jego obowiązków zaliczyć należy również nadzór nad funkcjonowaniem

celu ochronę środowiska. Powinien on również zadbać o to, aby wszyscy pracownicy zapoznali się i przestrzegali regulacji prawnych z zakresu ochrony środowiska. Ostatecznie przedsiębiorca powinien prowadzić i gromadzić wszelką dokumentację związaną z ochroną środowiska a w przypadku kontroli odpowiednich organów, umożliwić im wykonanie wszelkich czynności sprawdzających oraz stosować się do wydanych zarządzeń i poleceń. Niejako na marginesie pragnę przypomnieć, iż nawet w przypadku, gdy przedsiębiorca prowadzi daną stację na podstawie umowy franszyzy, czyli wykorzystuje logo oraz know-how innego przedsiębiorcy, to i tak nie jest zwolniony od przestrzegania przepisów ochrony środowiska.

Aby zobrazować jak bardzo stacja paliw oddziałuje na środowisko, poniżej enumeratywnie przedstawiam pola teŝe ingerencji. W pierwszej kolejności naleŝy wskazać tu fakt wprowadzanie gazów i pyłów do powietrza. Ten proces zachodzi w szczególności podczas wpompowywania i wypompowywania paliwa do podziemnych zbiorników, jak



Idąc dalej, jednym z ciążących na wszystkich zamontowanych na stacji urządzeń mających na

również w trakcie tankowania paliwa do zbiorników pojazdów, korzystania przez klientów stacji z niektórych rodzajów myjni, a także ogrzewania pomieszczeń stacji przy pomocy kotłów opalanych węglem, drewnem, olejem opałowym bądź gazem. Nie można też zapominać, że na terenie stacji przemieszczają się pojazdy, które również emitują zanieczyszczenia do powietrza, chociażby w postaci spalin (cysterny, samochody klientów, pojazdy czyszczące). Idąc dalej, stacje paliw nawet przy zastosowaniu dużej ilości zabezpieczeń, a także monitoringu, mogą powodować potencjalne zagrożenie pożarem na dużą skalę.

Ponadto bezpośrednim skutkiem dla środowiska, jakie niesie za sobą prowadzenie stacji paliw, jest wprowadzanie ścieków do wód lub do ziemi, ewentualnie do systemu kanalizacji. Tu w szczególności należy zwrócić uwagę na „brudne” wody opadowe i roztopowe, które powstają na skutek zmieszania się wody deszczowej lub rozpuszczonego śniegu bądź lodu z zanieczyszczeniami znajdującymi się na terenie stacji. Przy czym wprowadzanie ścieków do wód i gleb jest jednym z kilku wymienionych w ustawie z dnia 18 lipca 2001 r. - Prawo wodne (Dz. U. z 2005 r. Nr 239, poz. 2019, z późn. zm.), co związane jest ze szczególnym korzystaniem z wód wykraczającym poza korzystanie powszechne lub zwykłe, co oznacza, że wymagane jest posiadanie pozwolenia wodnoprawnego. Nie można też zapominać, że funkcjonowanie stacji paliw powoduje wzmożoną produkcję odpadów. Wy różnić tu można odpady niebezpieczne, technologicz-

Podstawowe obowiązki przedsiębiorstw w odniesieniu do ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska (Dz. U. z 2001 r., Nr 100, poz. 1085).

Prawo ochrony środowiska (POŚ) określa zasady ochrony środowiska oraz warunki korzystania z jego zasobów. Korzystającym ze środowiska, w rozumieniu tejże ustawy, jest między innymi przedsiębiorca. Zatem wskazać w tym miejscu należy na artykuł 140 ust. 1 POŚ, który nakłada na każdy podmiot korzystający ze środowiska obowiązki o charakterze organizacyjnym. Wśród nich Ustawodawca wskazuje na obowiązek odpowiedniej organizacji pracy, powierzanie funkcji związanej z zapewnieniem ochrony śro-

dowiska osobom posiadającym odpowiednie kwalifikacje zawodowe, zapoznanie pracowników, których zakres czynności wiąże się z kwestiami ochrony środowiska z wymaganiami w tym zakresie, gdy nie jest wymagane ich dodatkowe szkolenie, podejmowanie działań w celu wyeliminowania lub ograniczenia szkód w środowisku wynikających z nieprzestrzegania wymagań ochrony środowiska przez pracowników, a także podejmowania właściwych środków w celu wyeliminowania takich przypadków w przyszłości.

ne, oraz odpady wyrzucane przez klientów stacji. Ponadto stacje paliw przyczyniają się do wzmożonej emisji hałasu chociażby poprzez działanie odkurzacza przemysłowego, myjni,

czy urządzeń pomiarowych. Ostatecznie nie można zapominać, iż działanie stacji paliw skutkuje emisją nieprzyjemnych zapachów, narusza walory krajobrazu, a także w niektórych wypadkach wywołuje niepokój wśród mieszkańców lub innych przedsiębiorców, którzy prowadzą działalność gospodarczą w jej okolicach.

Stąd, należyte przestrzeganie środowiska przez właścicieli stacji paliw, powinno stać się ich priorytetem. •

**IWONA DUDWAŁ-
JAKUBISZYN**
SENIOR ASSOCIATE
RADCA PRAWNY
/ LEGAL COUNSEL

Kancelaria CWW
S. Cetera, M. Węgrzyn –
Wysocka i Wspólnicy Kancelaria
Radców Prawnych i Adwokatów



LNG dla operatorów flot to wielka szansa

CRYOGAS M&T POLAND TO DOŚWIADCZONY DOSTAWCA GAZU ZIEMNEGO, OD LAT OBECNY NA RYNKU LNG. W SVOJEJ OFERCIE MA M.IN. HURTOWE DOSTAWY LNG DLA DYSTRYBUTORÓW I KOŃCOWYCH ODBIORCÓW. JAROSŁAW PATYK, WICEPREZES ZARZĄDU SPÓŁKI OPOWIADA NAM O JEDNYM Z OSTATNICH SUKCESÓW CRYOGAS - OTWARCIU STACJI LNG/CNG W ŚREMIE.

Na Stacji Paliw: Skąd zainteresowanie LNG dla celów transportowych?

Jarosław Patek: LNG to atrakcyjna alternatywa cenowa i ekologiczna dla firm transportowych, co pokazuje wdrożenie w PGK Śrem. W tym przypadku zastosowanie LNG pozwoliło na obniżenie wydatków na paliwo o 30 proc. Cryogas świadcząc dostawy LNG w Polsce głównie dla klientów przemysłowych, odpowiedział pozytywnie na zainteresowanie rynku i podjął działania dla udostępnienia dedykowanych instalacji tankowania LNG dla transportu drogowego.

Czym - w sensie infrastruktury różni się stacja tego typu od tradycyjnej stacji paliw?

Dla udostępnienia możliwości tankowania skroplonego gazu ziemnego niezbędne jest ustawienie zbiornika kriogenicznego dla przechowywania LNG oraz aparatury gazowej dla przygotowania i tankowania paliwa. Konfiguracja urządzenia pozwala na zatankowanie auta ciężarowego w ciągu kilku minut. W przeciwieństwie do oleju napędowego czy benzyny, LNG jest mierzone i sprzedawane na stacji w kilogramach. Dzięki temu, że gaz ziemny jest lżejszy od powietrza, na stacji tankowania LNG nie znajdziemy plam po rozlanym paliwie. Jest to istotne z punktu bezpieczeństwa.

Jak wygląda koszt i czas inwestycji w budowę stacji tego typu?

Koszt i czas realizacji inwestycji jest uzależniony wprost od funkcjonalności obiektu oraz jego lokalizacji. W przypadku stacji PGK Śrem, gdzie udostępniono



szyb-
tanko-
LNG i CNG do aut ciężarowych, inwestycja zamknęła się kwotą ok. 2,9 mln złotych. Czas realizacji inwestycji wyniósł 9 miesięcy od daty podpisania umowy. Natomiast Cryogas każdorazowo wspólnie z klientem dokonuje analizy zapotrzebowania na paliwo i optymalizuje dobór urządzeń. Dział techniczny Cryogas zajmuje się wszystkimi aspektami związanymi z wykonaniem stacji – pozwoleniami, projektem, realizacją prac budowlanych oraz uzyskaniem wszelkich dopuszczeń eksploatacyjnych. Jeśli Klient zdecyduje się na długoterminowe dostawy LNG, nie musi pokrywać kosztu budowy stacji na samym początku. Koszt ten sfinansuje Cryogas i rozłoży na raty w okresie trwania umowy.

Jakie są szacunki odnośnie rozwoju popularności LNG w Polsce?

LNG dla operatorów flot to wielka szansa dla jednoczesnego zmniejszenia wydatków na paliwo oraz ograniczenia emisji spalin. Potencjał ten dostrzegła Komisja Europejska, która zachęca państwa członkowskie do inwestycji w sieć stacji gazu ziemnego. W przypadku LNG są to przede wszystkim kluczowe węzły komunikacyjne przy najwięk-

szych aglomeracjach.

Jak wygląda stan parku samochodowego LNG w Polsce?

Obecnie na rynku oferowane są dwa typy aut ciężarowych zasilanych LNG, a także autobusy komunikacji miejskiej. Są to konstrukcje zasilane wyłącznie gazem ziemnym. Dostrzegamy także potencjał instalacji typu Dual Fuel, gdzie jednocześnie spalana jest mieszanka gazu ziemnego i oleju napędowego. Obecnie wszystkie rodzaje pojazdów są testowane przez firmy transportowe w Polsce.

Czy „przeciętny” inwestor jest w stanie podjąć wyzwanie budowy takiego obiektu – jakie warunki musi spełnić, aby na swoim terenie postawić tego typu obiekt?

Doświadczenie innych państw europejskich pokazuje, że kluczem do sukcesu w pierwszej kolejności jest pozyskanie firmy transportowej, która przez okres kilku lat będzie eksploatowała pojazdy zasilane LNG. Jest to klasyczny objaw problemu „jajko czy kura”, gdzie z racji braku sieci stacji tankowania LNG oraz ograniczonej podaży pojazdów gazowych, nie ma możliwości powszechnego rozwoju tego typu paliwa. W pierwszej kolejności niezbędna jest więc budowa infrastruktury o charakterze wyspowym, np. dla pojazdów komunalnych czy autobusów miejskich. Dobrym przykładem tego typu działania jest inwestycja w Śremie. Wraz z rosnącą ilością tego typu instalacji oraz wspomnianym już wsparciem Komisji Europejskiej szacujemy, że w ciągu kilku lat będzie możliwe przejście do stawiania stacji LNG w charakterze ogólnodostępnym na terenie całego kraju. •



Międzynarodowe Targi Paliwowe
**STACJA I BIZNES
PRZYSZŁOŚCI**

5-6 października 2016
Wrocław, Hala Stulecia



Giełda Stacji Paliw

Dobry czas na transakcję!

1

Zgłoś swój udział poprzez formularz,
określając profil sprzedający/kupujący

2

Uzyskaj dostęp do bazy zainteresowanych
sprzedażą lub kupnem stacji paliw

3

Umów się na indywidualne spotkanie

Zapraszamy 5 października 2016 r.
Strefa networkingu biznesowego, Hala Stulecia we Wrocławiu

Bo biznes to sport kontaktowy!

Zielone światło dla biopaliw?

MARTA FELIKSIK

POMIJAJĄC ŚWIAT WIELKIEJ POLITYKI UPRAWIANEJ NA UNIJNYCH SZCZYTACH GDZIE DYSKUTUJE SIĘ O POLITYCE KLIMATYCZNEJ I ZAOSTRZANIU LIMITÓW CO₂ W WIEKU PRZYPADKACH PRZECIĘTNY KOWALSKI NIEWIELE SŁYSZAŁ O BIOPALIWACH. W CZERWCU UBIEGŁEGO ROKU W ŻYCIE WESZŁO JEDNAK ROZPORZĄDZENIE MINISTRA GOSPODARKI, KTÓRE MOŻE MIEĆ WPŁYW NA ŻYCIE KIEROWCÓW W POLSCE.

BIOPALIWA, CZYLI EKOLOGICZNE TANKOWANIE

Z dniem 1 czerwca 2015 r. mocy nabrało rozporządzenia ministra gospodarki zmieniające rozporządzenie w sprawie wymagań jakościowych dla paliw ciekłych. Przyniosło ono znaczącą zmianę polegającą na dopuszczeniu do obrotu paliwa E10. (wcześniej dopuszczona była tylko E5) W przypadku wprowadzenia E10 przewidziany jest okres przejściowy trwający do dnia 31 grudnia 2020 roku, w trakcie którego przedsiębiorcy wprowadzający do obrotu E10 są zobowiązani również do zapewnienia dostępności E5.

E10 DOSTĘPNA JUŻ W 3 KRAJACH

Paliwo E10 sprzedawane jest w dalszym ciągu jedynie w 3 krajach UE: Niemczech, Francji i Finlandii. Największy udział E10 w sprzedaży paliw ogółem jest w Finlandii, wynosi on ok. 54 proc. Na drugim miejscu jest Francja, gdzie udział ten jest na poziomie ok. 24 proc.

W Niemczech udział benzyny z 10 proc. bioetanolu jest na poziomie ok. 14 proc. W Niemczech wprowadzenie benzyny z domieszką bioetanolu do obiegu nie obeszło się bez głosów sprzeciwu ze strony kierowców. Zasada ograniczonego zaufania zadziałała i tym razem. Przed wprowadzeniem E10 na stacje niemieccy kierowcy wyrażali swoje obawy co do bezpieczeństwa paliw z tak dużą domieszką alkoholu dla silników. Pomimo takich obiekcji przypadek zepsucia

silnika przez biopaliwa jeszcze nie został zgłoszony w Niemczech, co więcej E5 i E10 są dostępne i kupowane na stacjach.

POLSCY KIEROWCY NIECO SCEPTYCZNI

Wprowadzenie E10 wzbudza nie mały entuzjazm zarówno wśród europejskich jak i polskich polityków. Kierowcy natomiast są pełni obaw, zwłaszcza Ci, którzy są właścicielami kilkunastoletnich aut. Starsze modele są zwyczajnie niedostosowane do tankowania paliwa z tak wysoką zawartością bioetanolu (czyli spirytusu pochodzenia roślinnego). Obawy te są jak najbardziej zrozumiałe jednak warto pamiętać, że tankowanie E10 nie jest przymusem. Jeśli silnik nie jest przystosowany dla tego typu paliw właściciel samochodu spokojnie będzie mógł zostać przy tankowaniu zwykłej benzyny. W przypadku obecności E10 na stacji dyspozytory będą musiały być dokładnie oznaczone, w związku z czym możliwość omyłkowego zatankowania złego paliwa będzie raczej niemożliwa.

Obecnie wszystkie nowsze modele aut są przystosowane do tankowania tego typu paliw. Dla przykładu samochody marki BMW niezależnie od rocznika mogą jeździć na E5 lub E10 bez szkody dla silnika. Grupą kierowców, którzy powinni zapomnieć o tankowaniu biopaliwa są właściciele pojazdów z układem mechanicznego wtrysku oraz zasilaniem gaźnikowym. Jeśli chodzi o bezpieczeństwo paliw

z domieszką alkoholu dla samochodu, to dotąd nie zostały zgłoszone przypadki uszkodzenia silników w związku z tankowaniem ekopaliw. Wątpliwości właścicieli pojazdów są często spowodowane obawą przed wlewaniem do baku innych niż tradycyjne paliw, jednak europejscy kierowcy powoli przekonują się do alternatywnych paliw.

E10 W POLSCE REALNE?

Jak na razie w Polsce E10 nie jest dostępne na żadnej ze stacji. Jak mówi Zbigniew Łapiński Dyrektor ds. Zapobiegania, Logistyki i Klientów Kluczowych z firmy Anvim wprowadzenie do sprzedaży detalicznej nowego paliwa z większą niż standardowa zawartością biokomponentów nie jest takie proste. - Mówimy o dodatkowym zbiorniku, instalacji, dystrybutorach, czyli o bardzo poważnej modernizacji stacji. Oczywiście na niektórych stacjach możliwe jest zastąpienie jednego produktu innym, ale musi być to uzasadnione również ekonomicznie. Co więcej, jak podkreśla Łapiński, na razie ten rodzaj biopaliwa nie jest oferowany na rynku polskim ani w segmencie hurtowym ani też w detalicznym. Co więc może przemawiać na korzyść biopaliw oprócz proekologicznego działania? Na pewno cena. Paliwa z domieszką biokomponentów są w niektórych państwach nieco tańsze od tych klasycznych. Dla przykładu we Francji wprowadzone zostały ulgi podatkowe dla tankujących biopaliwa. Czy w Polsce biopaliwa będą dotowane? Jak na razie nie wiadomo. •

...o motywowaniu pracowników inaczej niż tylko pieniędzmi

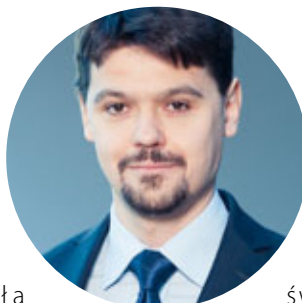
DR SZYMON ARASZKIEWICZ

Zdarzyło mi się spotykać pracowników stacji naprawdę głęboko zaangażowanych w to, co robią. Ostatnio, podczas wizyty na stacji jednej z sieci niezależnych, pracownik fantastycznie - krótko, jasno i zrozumiale - wyjaśnił mi zalety wejścia w prowadzony przez nią program lojalnościowy. Wiem, że oceniam subiektywnie, ale sądzę, że robił to tak dobrze, bo wierzył w to, co robi. Można. Zachęcam!

Mało kto będzie na dłuższą metę pracował z dużym zaangażowaniem, jeśli nie dostanie za to wynagrodzenia, które go satysfakcjonuje - przynajmniej „w miarę satysfakcjonuje”. To punkt wyjścia wszelkich rozważań. Nie można jednak sprowadzać całego zagadnienia motywowania pracowników do kwestii tylko i wyłącznie pieniędzy. Wielu ludzi ma w sobie całą gamę innych emocji, pragnień i dążeń, które popychają ich do działania, budzą w nich nowe pomysły, ale też przed działaniem powstrzymują. Szef musi zdawać sobie z tego sprawę i ocenić, które z tych „napędów” występują u jego poszczególnych podwładnych, a potem odpowiednio z takiej wiedzy skorzystać. Zbuduje wtedy zespół dobrze zmotywanych ludzi, nastawionych na osiągnięcie sukcesu.

W poprzednim numerze „Na Stacji Paliw” wspominałem w moim tekście o różnych aspektach motywowania pracowników stacji paliw i że jest nurt wśród tzw. „ideologów biznesu”, który każe zastanawiać się nad innymi źródłami motywacji. Dostałem prośby od czytelników, by napisać kilka zdań więcej na ten temat, więc o tym teraz.

Miejsca na wywód mało, ale dość ważne „założenie wstępne” być musi, bo mniej uważni czytelnicy mnie „zjedzą”: jako człowiek mający różne potrzeby, mam dosko-



nałą domość, świat ile kosztuje tzw. „życie” w Polsce i że satysfakcją czy motywacją nikt się jeszcze nie najadł. Patrz wstęp do tekstu.

Z drugiej strony, jako zarządzający zespołem ludzkim wiem jakie są koszty pracy w Polsce, a jako konsultant branży paliwowej wiem, jak niskie potrafią być marże ze sprzedaży paliw. Proszę więc obie strony odwiecznego sporu „pracodawcy/pracownicy”, by na wstępie uwierzyli, że naprawdę jestem daleki od uprzedzeń czy preferowania którejkolwiek ze stron i że rozumiem je obie.

Dzieci robią pewne rzeczy, bo je to zwykasznie interesuje. Uczą się, poznają nowe zjawiska, wypytują, czytają o tym, szukają informacji, a wszystko same z siebie. Końmi ich nie odciągamy, jeżeli coś naprawdę je wciągnęło. U dorosłych też tak bywa, gdy tylko pojawi się autentyczna ciekawość, autentyczna chęć. Nie trzeba komuś dwa razy powtarzać, że może już oddać się czynności, której robienie daje mu satysfakcję (i nie mówię tu o drzemce). Z kolei „na siłę” ciężko wymusić zainteresowanie czymś, takie prawdziwe, autentyczne i długofalowe. Owszem, da się na jakiś czas, ale „efekty uboczne” mogą być nieprzyjemnie zaskakujące. W pracy, gdy szef po prostu stawia swojemu pracownikowi pewne cele, komunikuje je bez zainteresowania stanowiskiem drugiej strony, jest spore ryzyko, że pracownik zupełnie nie będzie czuł potrzeby zaangażowania w ich realizację. Jeżeli do postawionego celu szef doloży jeszcze

obietnicę jakiejś nagrody, to może uda się raz czy drugi przekonać niektórych pracowników by chociaż spróbowali, ale to zaangażowanie pewnie będzie ulotne i niestabilne. Mogą oni też po krótkim czasie uznać, że i tak nie warto się starać, bo perspektywa nagrody mglista, a szanse na jej uzyskanie niepewne. Co gorsza, następnym razem mogą oczekiwać wyższej nagrody za wykonanie kolejnego zadania i albo powiedzą to wprost, niszcząc wszelkie kalkulacje budżetowe przyjęte zawczasu przez szefa, albo nie powiedzą, tylko po cichu zlekceważą sprawę.

Wg mnie dużo lepiej jest zbudować wśród zespołu pracowników stacji paliw poczucie, że wszyscy „grają do jednej bramki”. Pokazać im, że są częścią pewnej układanki i że ułoży się ona właściwie tylko wtedy, jeśli wszystko będzie prawidłowo, na swoim miejscu. Motywacja wewnętrzna na dłuższą metę będzie silniejsza od najbardziej nawet wyrafinowanej zewnętrznej, ale też, w wielu przypadkach, nie weźmie się znikąd. Dla jednego pracownika ważne będzie to, że ma w swojej pracy możliwość rozwoju, awansu – warto więc dać do zrozumienia, że takie perspektywy przed załogami stoją. Inny ceni sobie zrozumienie przez przełożonego, tę „ludzką twarz szefa”, to że gdy np. ma chore dziecko to przełożony, w miarę możliwości, jakoś go wesprze. Jeszcze inny lubi mieć poczucie, że w ramach wytyczonych granic może działać samodzielnie i sam podejmować decyzje, jak dojdzie do określonego celu. Takich postaw są dziesiątki, a szef powinien je u swoich pracowników znać i rozumieć. Premię czy nagrodę pieniężną oczywiście zawsze można dać, są też sytuacje w których wręcz należy się ona zespołowi, nie powinna być jednak jedynym elementem wiążącym kierującego stacją z jego zespołem.

Information Market SA

organizator



Międzynarodowe Targi Paliwowe
**STACJA I BIZNES
PRZYSZŁOŚCI**

zaprasza na:

I Piłkarskie Mistrzostwa Branży Paliwowej
Wrocław, 5-6 października 2016 r.



JUŻ W TRZECIM WYDANIU

MAGAZYN BRANŻOWYCH INSPIRACJI

■ Na Stacji Paliw



Temat numeru:

**Franczyza: znane marki
napędzają rozwój stacji**