

Татьяна Гурова Банкомат для топлива

Соединение терминала, передающего информацию в центр управления, и автоматической заправки позволяет любой компании, у которой много транспорта, сэкономить 10–20% расходов, связанных с использованием топлива



предоставлено компанией «Волгаресурс»

Один из главных трендов, который нам подарил расцвет интернет-технологий, — использование удаленного управления и удаленного контроля для практически неограниченного круга операций. Вещь крайне эффективная. Лет пятнадцать назад известный бизнес-консультант Том Питерс в своей книге «WOW факторы» писал, что если десятилетия 1960–1980-х годов привели к колоссальному росту производственной эффективности и достигнут некий предел, то процессы, связанные с документооборотом, бухгалтерией, контролем, явно неоптимальны и компании будут стараться снизить издержки на рядовые управленческие операции. И тут случился бум интернета, удаленные серверы, облачные технологии, которые дали возможность в очень многих процессах снизить затраты радикально: как за счет удаленного управления операциями, так и благодаря автоматизации контроля за ними. Именно на этом основана технология компании «Волгаресурс», которая предлагает транс-

портному рынку «банкомат для топлива» — автоматическую мобильную топливо-заправочную станцию АМТЗС.

«Волгаресурс» владеет небольшой нефтебазой в Серпухове. Последние десять лет занимается развитием сети АЗС. Не имея возможности конкурировать с вертикально интегрированными нефтяными компаниями (ВИНК), искала некое уникальное торговое предложение. Первое решение — автоматические АЗС — рассмотрели в Риме. И реализовали у себя. Автоматическая АЗС позволяет сильно экономить на персонале. Если обычная, небольшая АЗС требует для обслуживания восемь человек, а это как минимум 500 тыс. рублей в месяц, то для автоматической АЗС хватает двоих. Впрочем, обычная автоматическая АЗС для рынка не новость. Они на рынке есть давно, хотя доля таких заправок всего 5%. Однако «Волгаресурс» пошла несколько дальше — добавила к заправке терминал и сделала ее мобильной. В результате заправкой управляет удаленный оператор: он принимает и отпускает топливо, контролирует любой несанкционированный доступ.

Например, кто просверлил дырки. Оператор, видя, что что-то идет не так, может вызвать полицию. Все операции, как и в банкомате, записываются, все имеют электронный след. Водитель подходит к АМТЗС с карточкой, вставляет ее, набирает ПИН-код и количество литров для заправки. Робот выдает ему это количество литров, и все записывается.

«Обычно где воруют? — говорит генеральный директор «Волгаресурс» **Юрий Федоров**. — На смычке оператор—водитель. Мы специально купили радиостанции, которыми дальбойщики пользуются, и на их волну вышли. Два самых главных вопроса: где обналить талоны на бензин и сам бензин — все остальное лирика. На неавтоматической АЗС проконтролировать это невозможно. А наша система полностью исключает воровство на уровне водитель—оператор».

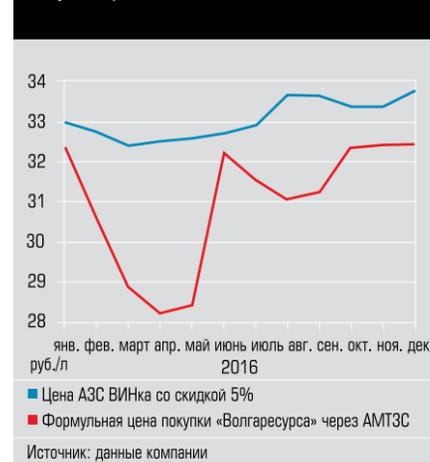
Для транспортных компаний манипуляции персонала с топливом — одна из серьезнейших проблем. «Мы установили свои АМТЗС одной дорожно-строительной компании, где, по словам руководства, во-

рвали примерно 20 процентов топлива. При совокупных расходах на топливо два миллиарда рублей в год, 20 процентов, то есть 400 миллионов, — это целое состояние. Впрочем, 20 процентов — это многовато. «Норму» я оцениваю в пять—десять процентов, но это тоже очень много», — поясняет Федоров. Благодаря автоматизации директор компании, установившей АМТЗС, при желании получает любой отчет день в день: сколько водитель залил, сколько топлива истратил. Обычно же отчеты делаются не чаще чем раз в месяц. Сменный отчет интегрирован с бухгалтерией и разносится автоматически.

Другая новация АМТЗС — сама установка компании-заказчику ничего не стоит. Стоимость самой простой АЗС — 20 млн рублей. А может стоить и 40, и 60 млн. Стоимость оборудования АМТЗС для «Волгаресурса» — 3 млн. Однако заказчику эта АМТЗС устанавливается бесплатно и остается у него до конца договора аренды.

«Волгаресурс» берет деньги исключительно за топливо. Его цена формируется в прямой привязке к мелкооптовой цене. «Мы покупаем бензин на бирже с ближайших заводов по самой низкой цене. Я сам лично покупаю. А цену для поставок на АМТЗС определяем как цену на Володарской нефтебазе, плюс транспортировка,

Откуда берется экономия на топливе



плюс пять процентов», — рассказывает Юрий Федоров. Логика в том, что цена на Володарской ЛПДС считается на московском рынке индикативной — база принадлежит крупнейшему оператору региона. Стоимость транспортировки зависит от радиуса доставки — от 700 до 1000 рублей за тонну. Насколько принципиальна экономия для конечного заказчика, видно на графике. По оценкам компании, суммарная экономия составляет примерно 10%, если сравнивать с вариантом оптовой закупки топлива с АЗС, принадлежащих ВИНК. Как видно на графике, иногда

разрыв бывает более существенным, хотя в компании утверждают, что важна не столько экономия, сколько абсолютная прозрачность ценообразования и отсутствие проблем у транспортировщиков — им не надо покупать топливо самим.

Эксперт: Как вы оцениваете масштаб рынка для топливных банкоматов?

Юрий Федоров: Мы ориентируемся только на Московскую и прилегающие к ней области и только на объем своей нефтебазы. Исходя из этого максимальное количество клиентов, которых мы можем обслужить, — 300 небольших компаний.

Эксперт: Вы хотите всю свою мощность переориентировать на то, чтобы продавать через АМТЗС?

Ю. Ф.: Да, это для нас очень современный аналог розницы. Здесь главное — центр управления. Вот сейчас мы с вами разговариваем, а там сидит всего одна девушка, управляет двадцатью объектами и заменяет двадцать человек. Все операции по отпуску, наличие топлива в каждом резервуаре, плотность, вид, я или заказчик могут посмотреть в режиме онлайн. Я на кнопку нажимаю, и у меня графическая и цифровая картина. Могу узнать, что в каждую минуту происходило с резервуаром. Это экономит кучу времени и денег.



Международная конференция 5.04.2017 14:00—18:00 ПО РОССИЙСКОМУ РЫНКУ РИТЕЙЛА

МОДЕРАТОР

Андрей КАРПОВ
Председатель правления, президент, РАЭРР (Российская ассоциация экспертов рынка ритейла)

СПИКЕРЫ

Олег АЛЬХАМОВ
Генеральный директор канала Гипермаркеты, АШАН Ритейл Россия

Андрей МИЛЕХИН
Президент исследовательского холдинга Ромир, Вице-президент Gallup International

Давид ЛАСФАРАГ
Управляющий, Jeantet

Венсан ЖАНТИ
Генеральный директор, Леруа Мерлен Россия

Дмитрий ШВЕЦОВ
Директор по работе с ритейлерами, Nielsen Россия

Ольга НЕЛЮДОВА
Коммерческий директор направления «Развивающиеся рынки», Google

Беранжер УБНЕР
Генеральный директор, KIABI

Марина МАЛАХАТЬКО
Директор отдела торговых помещений, CBRE

Мартан ГРЕНЬЕ
Ведущий аналитик направления «Развивающиеся рынки», Google

Марк ЗАВАДСКИЙ
Директор по развитию AliExpress в России и СНГ, Генеральный директор Alibaba Russia

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ СПОНСОРЫ
20-ТИ ЛЕТИЯ CCI FRANCE RUSSIE



ПРЕМИАЛЬНЫЕ СПОНСОРЫ
20-ТИ ЛЕТИЯ CCI FRANCE RUSSIE



СПОНСОРЫ
20-ТИ ЛЕТИЯ CCI FRANCE RUSSIE

