



02 декабря 2020 года

Как ритейлу управлять наличной выручкой с помощью онлайн-инкассации и АДМ: опыт ГК «Дикси»

Группа компаний «Дикси» стала первой в России, установившей в 2014 году на торговых точках принадлежащих ей магазинов «Виктория» автоматизированные депозитные машины (АДМ). На протяжении нескольких лет «Дикси» пробовала различные технологии управления наличной выручкой, доступные на рынке. В итоге ритейлер остановился на онлайн-инкассации с помощью АДМ. Новая технология заинтересовала компанию простотой и безопасностью использования, а также гарантией быстрой оборачиваемости средств. Кассир на торговой точке вносит наличную выручку в депозитную машину, и почти сразу деньги попадают на расчетный счет ритейлера. Таким образом сотрудники магазина избавлены от криминальных рисков хранения денег в кассе и больше не зависят от графика визитов инкассаторской бригады, а компания получает быстрый доступ к собственной наличной выручке и повышает кассовую дисциплину на торговых точках.

Почему крупный ритейлер решил рискнуть и сделать ставку на новую для отечественного розничного рынка технологию? Не боятся ли сотрудники магазинов «Дикси», что депозитная машина со временем отнимет у них работу? Почему ритейлеру выгоднее покупать АДМ самому, а не пользоваться машинами партнерского банка или инкассаторской компании? Об этом в интервью рассказывает Константин Иванов, финансовый директор «Дикси», Наталья Ляхович, вице-президент Газпромбанка – партнера «Дикси» по онлайн-инкассации, и Сергей Барсуков, председатель Совета директоров Profindustry – производителя АДМ Moniron и оператора единой федеральной платформы НДО Moniron Cash Connect.

– Газпромбанк и «Дикси» сотрудничают уже очень давно. В частности, именно Газпромбанк помогал компании оптимизировать налично-денежный оборот (НДО) с помощью депозитных машин. Почему «Дикси» приняла решение перейти на онлайн-инкассацию?

Пресс-служба ГК «ДИКСИ»

123100, г. Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д. 15, «Меркурий Сити Тауэр»

Тел.: +7 (495) 933-14-51, доб. 43011

pr@dixy.ru | <https://group.dixy.ru>



Наталья Ляхович: «Дикси» стала первой розничной сетью в России, которая задумалась о технологичной обработке наличной выручки и целенаправленно искала подходящие решения для этого. Руководство сети тестировало все доступные на тот момент сервисы по обработке наличной выручки, и онлайн-инкассация показала максимальную эффективность по сравнению с другими технологиями.

Константин Иванов: Компания запустила пилотные проекты по внедрению онлайн-инкассации в 2014 году, а позже на базе депозитных машин Monipon распространила технологию на другие свои торговые точки. Сегодня АДМ установлены более чем в 2,5 тысячах магазинов «Дикси». Большую часть точек обслуживает Газпромбанк, еще часть – МКБ и Альфа-Банк.

– В последние годы многие крупные ритейлеры перешли на онлайн-инкассацию. Причины, как правило, были примерно одинаковые: безопасность выручки и сотрудников и быстрое зачисление наличной выручки на счет. Какие цели перед сервисом ставил сам ритейлер-первопроходец – «Дикси»?

К.И.: Для «Дикси» приоритетным стал вопрос безопасности сотрудников и наличной выручки на торговой точке – без денег в кассе магазин становится малоинтересной добычей для злоумышленников. Свою роль сыграла и быстрая оборачиваемость денег – зачисление на расчетный счет компании внесенной в АДМ наличной выручки «день в день».

Н.Л.: В определенном смысле, депозитная машина – это мини-офис банка на торговой точке клиента. Газпромбанк предоставляет «Дикси» финансовое плечо в виде дневного овердрафта, а благодаря онлайн-инкассации компания не выходит в ссудную задолженность, более «длинное» и дорогое финансирование.

– Какой регион «Дикси» выбрала для пилотного внедрения онлайн-инкассации?

К.И.: Чтобы принять решение о масштабном использовании нового продукта, нужно видеть его работу своими глазами, смотреть внимательно, «под лупой». Поэтому «пилоты» обычно происходят в Москве или в регионе, где

Пресс-служба ГК «ДИКСИ»

123100, г. Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д. 15, «Меркурий Сити Тауэр»

Тел.: +7 (495) 933-14-51, доб. 43011

pr@dixy.ru | <https://group.dixy.ru>



находится центральный офис компании. «Дикси» выбрала для «пилотов» магазины в Москве: в России до нас никто не использовал онлайн-инкассацию широко, не было релевантного опыта и полезного примера чужих ошибок. И, конечно, проект был на контроле у ТОП-менеджмента и Газпромбанка, и «Дикси», мы часто приезжали на пилотные торговые точки, собирали обратную связь от кассиров.

– Конфигурация АДМ сильно различается и по функционалу, и даже по размерам. Какие машины выбрала «Дикси» и почему?

К.И.: В Группе компаний «Дикси» три формата: супермаркеты «Виктория», гипермаркеты «Мегамарт» и «магазины у дома» под брендом «Дикси». На точках сетей «Дикси» и «Виктория» мы ставили и большие, и малые устройства от разных производителей. После технологической обкатки и внутреннего обсуждения мы приняли решение в пользу устройств Monipon, которые идеально вписываются в формат «магазинов у дома» с точки зрения размеров и функциональности.

– Обычно внедрение новых технологий вызывает скрытый или явный протест простых сотрудников. Отчасти так выражается страх быть замененным искусственным интеллектом, машиной. Как кассиры торговых точек «Дикси» отнеслись к появлению депозитных машин?

К.И.: Человек всегда сопротивляется перемене привычных процессов, так что при внедрении любых инноваций не ясно, какой будет реакция персонала. К нашему удивлению, обратная связь от кассиров «Дикси», использующих АДМ, была очень позитивной. Сотрудники остались довольны появлением депозитных машин, АДМ сняли с кассиров магазинов целый пласт непрофильной нагрузки: подготовку документов к инкассации, пересчет денег и многое другое. И если вдруг депозитную машину временно забирали из торговой точки, кассиры просили вернуть ее назад.

Н.Л.: Финансовый блок «Дикси» был доволен тем, что онлайн-инкассация помогла компании эффективнее управлять своими финансовыми потоками и решить проблему «человеческого фактора» – сотрудники магазинов могут при пересчете денег умышленно или случайно ошибаться, и эти ошибки выливаются

Пресс-служба ГК «ДИКСИ»

123100, г. Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д. 15, «Меркурий Сити Тауэр»

Тел.: +7 (495) 933-14-51, доб. 43011

pr@dixy.ru | <https://group.dixy.ru>



во вполне конкретные недостатки. Но, конечно, если бы розничный блок так активно не поддерживал использование депозитных машин, проект вряд ли удалось бы масштабировать на всю сеть.

– Некоторые ритейлеры жалуются на высокую стоимость АДМ и отказываются покупать их самостоятельно. Обычно в таких случаях устройства покупает обслуживающий банк или инкассаторская компания.

Н.Л.: Сами по себе депозитные машины стоят недорого. Но когда ими необходимо оснастить несколько тысяч торговых точек, ритейлеру приходится в моменте отвлечь довольно крупную сумму, это правда. Газпромбанк со своей стороны старается предоставить клиенту несколько вариантов на выбор: покупка АДМ банком или клиентом, лизинг, факторинг. Как показывает наш опыт, устройства окупаются быстрее, если их приобретает сам ритейлер – в конечном итоге, когда банк покупает АДМ, он всегда закладывает стоимость устройств в клиентский тариф. Но Газпромбанк сейчас прорабатывает несколько инструментов финансовой поддержки для облегчения покупки депозитных машин ритейлером.

– Некоторым розничным компаниям переходу на онлайн-инкассацию мешает страх коллапса наличного оборота, если депозитная машина внезапно выйдет из строя.

К.И.: АДМ, установленные на наших торговых точках, сертифицированы Центральным Банком РФ, это надежные устройства. На случай непредвиденных проблем «Дикси», например, заключила подстраховочный договор с инкассаторской компанией. Этот документ предусматривает быстрый заказ классической инкассации на торговую точку, если там вышла из строя АДМ. Но за годы использования сервиса серьезных проблем у компании не возникало.

– Поговорим о рынке в целом. Как вы оцениваете перспективу развития онлайн-инкассации в России?



Серей Барсуков: Думаю, внедрение онлайн-инкассации в российском ритейле – необратимый технологический процесс. Наличная выручка у ритейлера была, есть и в обозримом будущем сохранится, ее необходимо обслуживать. И заметное снижение доли наличных в выручке некоторых ритейлеров проблему только обостряет – тарифы на классическую инкассацию не зависят от объемов перевозимой выручки, и стоимость каждого проинкассированного рубля растет.

В то же время, классическая инкассация – консервативная отрасль и сложный продукт для клиента. Сначала ритейлер должен создать договорную базу с каждым подразделением инкассатора в регионе - это серьезный документооборот, который должен работать без сбоев. Затем необходимо выстроить устраивающий всех участников процесса график визитов инкассаторов на торговую точку, что само по себе большая проблема. Затем начинаются бизнес-процессы, в которые вмешиваются непредвиденные факторы: особенности общения кассира и инкассатора, пересчет денег, заполнение документов и возможные ошибки в них. И ошибки, надо сказать, чреватые неприятностями и длительной волокитой: сверка, пересчет, возврат.

Так и получается, что у ритейлера возникает длинный и шлейф проблем, связанных с наличной выручкой. С появлением онлайн-инкассации эти процессы были удачно оптимизированы, рынок это заметил и проголосовал «ногами» – переходом на использование депозитных машин.

– В качестве альтернативы АДМ есть общедоступные банкоматы самоинкассации, которые установлены в торговых центрах. Почему этот сервис не получил широкого распространения?

Н.Л.: Мы в Газпромбанке несколько лет назад внимательно изучали эту технологию, но отказались от нее – слишком велик «тротуарный риск», который возникает при перемещении денег от торговой точки до такого банкомата. На кассира может напасть злоумышленник и отобрать выручку. Кассир потеряет здоровье, а ритейлер – деньги. Кроме того, бывают и случаи «внутреннего фрода», когда работник магазина вступает в сговор с преступниками и отдает им выручку добровольно. По закону, ритейлер не может взыскать с работника эти деньги, так как в должностные обязанности кассира не входит перемещение выручки до банкомата самоинкассации.

Пресс-служба ГК «ДИКСИ»

123100, г. Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д. 15, «Меркурий Сити Тауэр»

Тел.: +7 (495) 933-14-51, доб. 43011

pr@dixy.ru | <https://group.dixy.ru>



Мы вели переговоры с торговыми центрами по поводу услуги обеспечения безопасности кассиров при перемещении денег. Но для создания масштабируемого продукта подход к услуге должен быть стандартизирован, а добиться этого в каждом регионе и в каждом торговом центре крайне сложно. Кроме того, плюс онлайн-инкассации в том, что торговая точка больше не привязана к графику визита инкассаторов. А с банкоматом самоинкассации мы откатываемся на годы назад: кассир снова должен ждать провожатого.

– Как вы думаете, что произойдет с рынком инкассаторских услуг после масштабного перехода российского ритейла на технологию онлайн-инкассации?

С.Б.: На мой взгляд, широкое применение онлайн-инкассации в ритейле создает для инкассаторов удобное место для коллаборации. Сейчас инкассаторы понимают, что ритейл все чаще делает выбор в пользу депозитных машин, и задача перевозчиков – грамотно встроиться в эту услугу, стать одним из ее надежных звеньев.

При этом, инкассаторы получают возможность расширять пул клиентов, не увеличивая автопарк и число бригад. Они могут повышать и эффективность своей работы: на одном маршруте получается охватить гораздо больше торговых точек, если они оснащены АДМ.

– Каким, на ваш взгляд, должен быть следующий шаг развития сервиса онлайн-инкассации?

С.Б.: И банку, и инкассатору, и производителю депозитных машин очень важно продолжать делать услугу еще более удобной и технологичной для клиента. Наша ближайшая общая задача – с помощью федеральной ИТ-платформы для управления НДО помочь компании-клиенту собирать и анализировать информацию со всех установленных а ее магазинах депозитных машин. Ритейлер должен контролировать и безналичный, и наличный поток денег – как минимум, всегда видеть, сколько денег лежит в АДМ в каждом магазине.

Чем более технологичной будет операционная часть услуги, тем сильнее будет желание ритейлера использовать ее.

Пресс-служба ГК «ДИКСИ»

123100, г. Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д. 15, «Меркурий Сити Тауэр»

Тел.: +7 (495) 933-14-51, доб. 43011

pr@dixy.ru | <https://group.dixy.ru>