В.В. ВОЛГИН

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

ОТКРЫВАЮ АВТОМОЙКУ

«Дашков и К°»
Издательско-торговая корпорация

Владислав Волгин

Открываю автомойку: Практическое пособие

«Автор»

2012

Волгин В. В.

Открываю автомойку: Практическое пособие / В. В. Волгин — «Автор», 2012

Книга адресована индивидуальным предпринимателям для практической помощи в организации микропредприятия по мойке автомобилей и уходу за ними.

© Волгин В. В., 2012
© Автор, 2012

Содержание

Организация 5
Рынок сервиса 5
Организация 9
Емкость рынка 9
Отзывы о бизнесе 9
Прежде чем… 9
Правовая форма предприятия 10
Кто поможет 11
Место и помещение 11
Конец ознакомительного фрагмента. 13

Владислав Васильевич Волгин Открываю автомойку: Практическое пособие

Организация

Рынок сервиса

На рынке автосервиса действует несколько видов предприятий. Первая группа – авторизованные дилеры автопроизводителей. Автопроизводители обеспечивают загрузку ремонтных участков обязательным техобслуживанием в гарантийный период, гарантийным ремонтом, ремонтом отозванных из-за дефектов автомобилей. Гарантийный период в течение двухтрех лет обеспечивает большой и стабильный портфель заказов на обслуживание автомобилей, но бренд не дает возможности работать с низкой стоимостью нормо-часа при коммерческих ремонтах и не позволяет продавать запчасти по выгодным дилеру ценам. Потребители бывают недовольны высокой стоимостью сервиса у полномочных дилеров, хотя прекрасно знают, что у дилеров – высококвалифицированный персонал и новейшее диагностическое и ремонтное оборудование.

Вторая группа сервисных предприятий – независимые от автопроизводителей, но специализирущиеся на одном автомобильном бренде. Им необходимо придерживаться высоких стандартов обслуживания, диктуемых производителями, иначе клиентов не удержать. Монобрендовая ориентация современного техцентра объективно необходима. У каждой марки есть свои оригинальные технологии ремонта и только обязательное их соблюдение гарантирует качество работы. Стратегия развития техцентра должна ограничиваться одной маркой, так как:

– необходимо обучение сотрудников специфике работы с автомобилями конкретного бренда и ежегодное отслеживание изменений;

– необходимо иметь специализированное оборудование, всю техническую документацию, все сервисные программы и все технологии автокомпании.

Еще одна группа – независимые от автокомпаний предприятия, специализирующиеся на определенных видах работ, не ограничиваясь одной маркой. Обращаются в такие предприятия владельцы автомобилей, на которые истекли сроки гарантии.

И наконец, существует большое количество мелких предприятий, специализирующихся на ремонте отдельных групп узлов и деталей: топливной аппаратуры, электрики, электроники, коробок передач, двигателей, мостов и т. д. Среди них есть предприятия, занятые восстановлением изношенных агрегатов и продажей их другим ремонтным предприятиям с предоставлением гарантии качества.

Для сервисного рынка всех стран характерна общая картина: заказчики, которые купили у дилера машину, исправно являются в автосервис в течение гарантийного периода. Однако по истечении срока гарантийного обслуживания больше половины этих клиентов предпочитает обращаться в независимые ремонтные фирмы и мелкие специализированные мастерские. Мотивация клиентов различна и почти всегда убедительна. Многие выбирают независимые мастерские из-за более удобного расположения. Идеальное расположение сервисной мастерской, по мнению клиентов, – близкое от дома или от работы. Важно, чтобы общественным транспортом можно было легко добраться от нее домой и до нее за получением отремонтированной машины. Возле крупных торговых центров сервисные мастерские удобны для таких

работ, которые можно выполнить, пока клиент совершает покупки, т. е. в течение 1–2 ч. Многих привлекают более низкие цены, которые в мелких мастерских возможны ввиду специализации только на отдельных видах работ. Потребители – разные люди, но все имеют общую черту: чувствительность к тому, как к ним относятся. Каждый ожидает индивидуального подхода. Потребители весьма требовательны к качеству сервиса и, если они недовольны обслуживанием или его стоимостью, они разнесут информацию об этом по всей округе.

Нередко клиенты предпочитают мелкие мастерские по психологическим причинам. Серьезным фактором является то, что в мелких мастерских клиентам уделяется больше внимания, они могут присутствовать при ремонте, беседовать с мастерами. Причинами могут быть и деловые, приятельские или родственные связи с владельцами таких мастерских, нередко взаимовыгодный бесплатный обмен услугами. Большинство независимых мастерских открыто в течение большего периода дня, работают в субботу, иногда проявляют готовность срочно устранить неисправность в выходные дни, порой даже среди ночи. Таких мастерских множество, особенно специализирующихся на отдельных видах обслуживания.

Независимые ремонтники важны для авторынка, потому что они оказывают конкурентное давление на официальных автодилеров. Исследования показали, например, что цены, которые устанавливают официальные автосервисы в Германии на 16 % выше, чем у независимых ремонтников, а в Великобритании различие в стоимости типичной сервисной работы между независимыми ремонтниками и некоторыми дилерами достигает 120 % и более. Такая же большая разница цен и в России. Этот факт весьма существенен, так как потребители полагают, что за срок службы автомобиля расходы по ремонту и обслуживанию составляют цену нового автомобиля.

Конкуренция полезна и потребителям, и сервисным центрам – она заставляет внимательно анализировать причины успехов и неудач и принимать меры для улучшения обслуживания потребителей. Дилеры вынуждены мириться с тем, что независимые мастерские не исчезнут. Большинство дилеров тоже начинали бизнес с независимых мастерских. Более того, сами дилеры пользуются услугами специализированных мастерских, отдавая им работы, выполнение которых не организовано в сервисном цехе дилера, например, пайку радиаторов, шлифовку коленчатых валов, балансировку карданных валов и т. п.

Острая конкуренция со стороны малых мастерских, работающих по принципу “домашнего доктора”, вынуждает сервисные фирмы искать новые способы привлечения и удержания клиентов. Если в 1970-х гг. эти мастерские использовали 20–30 % емкости рынка сервисных услуг, то сейчас в Европе их доля выросла до 50 %. Причем в европейских странах не растет, а сокращается количество дилерских и независимых СТО вследствие конкуренции и концентрации.

Если авторизованные дилеры представляют собой торгово-сервисные сети автокомпаний, то многие независимые ремонтники объединились в сервисные сети. Сети созданы производителями запасных частей и оборудования или крупнейшими оптовыми компаниями при содействии соответствующих союзов и ассоциаций. Сети получают доходы от реализации услуг и розничной торговли запчастями, маслами, аксессуарами и автохимией. Снижение затрат и достижение высокого качества обеспечивается стандартизацией технологических процессов – в каждом предприятии сети потребители получают одинаково качественное обслуживание. Основа успеха – квалификация персонала, поэтому у каждой сети есть либо собственные учебные центры, либо эффективные программы обучения сотрудников на основе аутсорсинга.

Присоединившись к сервисной сети, независимые ремонтники увеличивают свою конкурентоспособность по отношению к авторизованным дилерам автокомпаний. Сети в состоянии предложить своим членам низкие цены на запчасти (оптовые закупки, логистика, экономия за счет роста производства и другие возможности), а также лучший доступ к обучению, технической информации и системам распределения запасных частей. Сети позволяют, например,

распределить часть фиксированных расходов для получения доступа к технической информации между большим количеством ремонтников.

Независимые ремонтники, которые входят в сети и независимые ремонтники, которые не принадлежат к ним, заметно отличаются по конкурентоспособности, учитывая развитие тенденций в авторемонте и обслуживании. Главная причина для этого различия – большие расходы на обучение, технические навыки, инструменты и диагностическое оборудование, требуемое для автомобилей, оборудованных электроникой. Принадлежность к сети позволяет облегчить доступ к некоторым из этих элементов.

В долгосрочной перспективе следует ожидать, что отдельные независимые предприятия вряд ли выживут в новых конкурентных условиях. Объемы инвестиций для организации ремонта даже самых простых поломок в современных автомобилях делают эти независимые модели нежизнеспособными. Принадлежность к сети ремонтников может быть единственным выходом для тех, кто хочет остаться в бизнесе.

С точки зрения потребителей, различия между независимыми и авторизованными ремонтниками все менее заметны. Некоторые из ремонтников имеют устойчивую репутацию надежных. Что касается квалификации персонала, то ремонтники, являющиеся участниками сетей, имеют доступ к сетевым тренингам, к технической информации, а некоторые из них были авторизованными ремонтниками. Наконец, ассортимент запчастей, доступных для сетей ремонтников, значителен, особенно в случаях, когда дистрибьюторы или изготовители запчастей вовлечены в операции сетей.

Поскольку природа продукта “ремонт” развивается, естественно ожидать, что игроками рынка будут предложены новые решения. Комбинация технических требований и развития технологий, вероятно, приведет к полному изменению структуры рынка с новыми типами игроков, новыми форматами и бизнес-моделями. Только мастерские отдельных услуг, которые нецелесообразно укрупнять, будут существовать как отдельные предприятия, живучесть которых определяется квалификацией исполнителей.

Классическая бизнес-модель “один механик в крошечной мастерской” будет существовать еще долго, так как кадры для нее будут всегда – механики и водители, вышедшие на пенсию, и клиенты будут всегда: при эксплуатации даже самых современных автомобилей срочных несложных работ наберется достаточно, чтобы пенсионер мог немного заработать.

Российский рынок автосервиса постепенно структурируется, используя общемировые форматы. Это техцентры официальных дилеров, независимые автосервисы, локальные сервисные сети. Сегодня на российском рынке работает несколько небольших автосервисных сетей, но их мало, количество входящих в них предприятий невелико, и действуют они на малых территориях – в пределах одного города или одной области.

На федеральном уровне действует единственная сеть независимых автосервисов, созданная иностранной компанией – Bosch Auto Service. У нее в целом по России в 2007 г. было около 200 (в Москве – 27) СТО, однако этого мало по сравнению с 10 800 станций Bosch Auto Service во всем мире. Из локальных сетевых структур известны следующие:

Компания Union, управляющая сетью из 28 сервис-центров в Санкт-Петербурге, основана в 1993 г.

Петербургская сеть “Хороший шиномонтаж” перешла на основе франчайзинга под бренд Hofmann Service, принадлежащий Hofmann Werkstatt-Technik GmbH. Под брендом Hofmann Service в Германии работают 63 станции технического обслуживания. Аналогичные сети шиномонтажных сервисов имеют компании “Еврошина”, MBO, Michelin.

“Евро Авто” – одна из крупнейших компаний Санкт-Петербурга в сфере автомобильного бизнеса объединяет 10 предприятий по разборке легковых и грузовых иномарок на запчасти, 4 крупные автосервисные станции, сеть из тринадцати магазинов новых запчастей для иномарок, 2 склада фирмы. Компания является официальным дилером более 30 поставщиков запасных

частей из Германии, Франции, Италии, Испании и Дании. Среди них AS-LuK, Victor Reinz ATE (Continental Teves), TMD Friction (Pagid), Behr.

С конца 2005 г. в Москве действует сеть Every Car Service на основе франчайзинга. Основу сети составляют СТО, предоставляющие комплексный ремонт, в том числе кузовной. При этом каждая станция имеет свою направленность по маркам обслуживаемых автомобилей.

Организация

Емкость рынка

Мойка автомобилей – растущий сегмент рынка сервиса. Он будет развиваться постоянно, так как автопарк еще долго будет расти. Места на российском рынке хватит всем: и стационарным однопостовым мойкам, и моечным комплексам, и мобильным мойкам и всем видам услуг, осуществляемых в моечных фирмах. По некоторым расчетам на каждые 20 тысяч автомобилей должна приходиться одна портальная мойка. Весьма перспективное направление – автомойка для грузового транспорта.

Отзывы о бизнесе

Среднюю рентабельность этого бизнеса оценивают в 30 %. Вступить в этот бизнес можно с кредита в 400 тыс. рублей, а развивать много лет, организуя сеть автомоек или крупный автомоечный центр со всеми видами моек и услуг. Сроки окупаемости зависят от объема инвестиций и эффективности работы и начинаются от 2 лет. До 30 % выручки дают дополнительные услуги. Для автомоек применяется единый налог на вмененный доход. Это фиксированная сумма, зависящая от количества работников. Единый налог заменяет НДС, налог на прибыль и налог на имущество.

Причины неудач в автомоечном бизнесе в большинстве случаев кроются только в неправильной организации.

Предпринимателям необходимо тесное сотрудничество с поставщиками материалов и технической информации. Если будет организовываться сеть сервисов, целесообразно присоединиться к ней – в сети легче выжить на рынке. Развиваясь, предприниматели сами организуют несколько мастерских, расположенных в разных местах и образующих сервисную сеть. Если в вашем городе есть компания, которая приглашает к организации мойки на условиях франчайзинга (см. раздел “Франчайзинг”) – выберите этот вариант.

Прежде чем…

Прежде чем создавать свое дело, поработайте в мойке наемным работником, наберитесь опыта, узнайте организационные тонкости. Если почувствуете желание и силы для самостоятельной работы, начните с аренды мойки у ее хозяина или со сменной работы у него на основе долевого участия в доходах. Некоторые предприниматели строят автомойки и отдают их в аренду желающим там работать. Это поможет окрепнуть, не залезая в долги для приобретения оборудования. И только когда вы почувствуете, что созрели для отдельного бизнеса, подобрали себе сотрудников, тогда предпринимайте шаги по созданию собственной автомойки.

Первое, что следует сделать, – обдумать, где, как и чем привлечь клиентов.

Помните, что:

– клиент – кормилец, если все управленческие решения ориентировать на потребителя, то успех гарантирован.

– поговорка “клиент всегда прав” – это чепуха, клиенту нужно подсказывать, его надо убеждать, привлекать, делать носителем вашей рекламы;

– конкуренция – не “гримасы” рынка, а естественная среда обитания предпринимателей;

– конкурентная борьба – это соревнование предпринимателей, т. е. квалификации и качества управления;

– причин неудач предпринимателей всего две: наплевательское отношение к потребителям и малограмотное управление.

Правовая форма предприятия

Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ “О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации” проводит четкое разграничение полномочий и ответственности федеральной, региональной и местной власти по развитию малого и среднего бизнеса. Новые параметры определения предприятий совпадают с европейской практикой. Под микропредприятиями понимаются предприятия с численностью сотрудников не более 15. Микропредприятия всегда будут иметь свое место на рынке. Существует много направлений, по которым крупные предприятия просто не нужны. Автосервис нуждается и в крупных, и в мелких предприятиях.

Мобильность и гибкость микропредприятий обеспечивает устойчивый спрос на их деятельность. Чтобы определить, с каким товаром или услугой начинать, чтобы получить максимальное развитие для бизнеса, который вы собираетесь вести много лет, найдите новое решение старой проблемы или нишу, куда не пойдут крупные предприятия, где велика доля ручного труда. Главное, чтобы вы могли заниматься любимым делом и прилично зарабатывать.

Наиболее часто предприятия малого автосервиса регистрируются как “предприниматель без образования юридического лица” или как ООО – общество с ограниченной ответственностью.

Индивидуальный предприниматель (ИП) создает бизнес для личного пользования, а не для продажи (продать можно только имущество). Для ведения дел ИП может принять на работу наемных работников и оформить им трудовые книжки. Если у бизнесмена появляются долги, то он рискует всем своим имуществом, а не только тем, что появилось у него в процессе предпринимательской деятельности (ст. 24 ГК РФ). Случаи, когда его имущество не тронут, описаны в законе, например, если это единственное жилье. Индивидуальный предприниматель не может иметь фирменное наименование, его фамилия – его торговая марка. Такому предпринимателю взять кредит непросто, впрочем, он всегда может это сделать как физическое лицо. Обязательные налоги: на доходы физических лиц, на добавленную стоимость, единый социальный налог, страховые взносы в Пенсионный фонд. Индивидуальный предприниматель платит со своих доходов 13 % (как физическое лицо), в то время как ООО платит налог на прибыль 24 %. Индивидуальному предпринимателю, подав заявление, гораздо проще перейти на упрощенную систему налогообложения (УСН), где он может платить 6 %.

Вести бухгалтерский учет ИП не обязан. Среди видов отчетности – только налоговая декларация.

В ООО количество учредителей может быть от 1 до 50. Они вносят в уставный капитал доли. Главная проблема этой формы предприятия – невозможность принять решение, если хоть один учредитель против. Поэтому важны отношения между учредителями. Лучше, чтобы их было 1–2, тогда единогласного решения проще достичь. Участники общества пользуются преимущественным правом покупки доли своего партнера пропорционально размерам своих долей. Данное право устанавливают в уставе общества. Доля продается лицу, которое:

– первым захочет ее приобрести на указанных условиях;

– имеет наибольшую долю в уставном капитале.

Если у ООО появились долги, то его учредители, полностью оплатившие вклады в уставный капитал, не отвечают личным имуществом по обязательствам общества (ст. 87 ГК РФ).

ООО обязано уплачивать налог на прибыль, налог на добавленную стоимость, налог на имущество, единый социальный налог, налог на доходы физических лиц, страховые взносы в Пенсионный фонд. Возможно применение единого налога на вмененный доход. Это фикси-

рованная сумма, зависящая от количества работников. Единый налог заменяет НДС, налог на прибыль и налог на имущество. Кроме того, ООО обязано вести бухгалтерский учет. Среди видов отчетности – бухгалтерская, налоговая, статистическая. Общество с ограниченной ответственностью вправе избирать упрощенную систему налогообложения (УСН), тогда вести бухгалтерскую отчетность не требуется. Затраты на государственную регистрацию выше, чем при регистрации ИП.

Кто поможет

Совсем не обязательно всю организационную работу делать самим.

Есть специализированные фирмы, которые занимаются регистрацией предприятий, лучше всего поручить формальности по регистрации такой фирме и поберечь время и нервы для организации производства.

Есть поставщики оборудования, которые разработают проект вашей мастерской, включая ремонт помещения, поставку оборудования, установку вентиляции и т. д. Поставщики оборудования помогут в комплектации оборудованием и инструментом, с обучением персонала.

Поставщики материалов обучат технологиям по их применению.

Есть специализированные фирмы, которые ведут бухгалтерский учет для многих предприятий. Обратитесь к такой фирме, и у вас не будет проблем с бухучетом и проверками налоговой инспекцией.

Есть кадровые агентства, которые могут подобрать персонал для вашей мастерской.

Есть специализированные фирмы, которые вывозят мусор и отходы с предприятий. Обратитесь к такой фирме, и у вас не возникнет проблем с контролем СЭС.

Есть учебные заведения, готовящие специалистов автосервиса (см. раздел в приложении “Постоянные курсы”).

Есть и другие подобные фирмы, обслуживающие другие предприятия – обращайтесь к ним, не тратьте время и силы на самоорганизацию.

Кредиты рекомендуется брать на максимальный срок: если будет большой доход – раньше отдадите, если дела пойдут вяло, то у вас будет время придумать выход из положения.

Место и помещение

На оживленной магистрали или на въезде в город основные клиенты случайные, желающие только помыть машину и побыстрее уехать. В этом случае имеет смысл сделать мойку с максимальной пропускной способностью.

В “спальном” или деловом районе клиенты кроме мойки автомобиля часто заказывают дополнительные услуги: мойку двигателя, чистку салона, выведение пятен на обивке, полировку панелей, и др. Многие клиенты становятся постоянными.

Мойка возле автосервиса получает клиентов, которым приходится мыть свои машины перед ремонтом.

Мойку желательно располагать на оживленных улицах, вблизи заправок, возле магазинов, торгующих запчастями, возле малых автосервисов, гаражных комплексов, супермаркетов, рынков.

Помещением для мойки может быть часть капитального здания, отдельная постройка или большой контейнер. Помещения под автомойки сдают автозаправочные станции, незагруженные промышленные и другие предприятия. Под автомойку можно переоборудовать капитальные помещения площадью от 150 м^2, в которые подведены коммуникации. Можно купить готовый бизнес.

Право аренды земли продают муниципалитеты на аукционах. Информацией об аукционах и аренде владеет комитет по промышленности, связям и информационным технологиям администрации любого города. Для моек в городах аренда участков часто предоставляется на льготных условиях. Для большинства автомоек помещение или участок земли арендуют на вторичном рынке.

В качестве автомоек могут служить мобильные быстровозводимые сооружения, при необходимости их можно перевезти в другое место. Автомойки собираются на основе каркасно-тентовых конструкций. Данные конструкции имеют эстетичный внешний вид и легко вписываются в существующую застройку. При необходимости эти сооружения легко перемещаются на другую территорию.

Преимущества мобильных тентовых конструкций:

– относительно низкая цена по сравнению с капитальным строительством и другими видами модульных сооружений;

– простота и быстрое возведение конструкции;

– мобильность;

– легкое согласование конструкций в администрации (сооружения относятся к третьему и четвертому простым уровням строительной ответственности).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.