Автор: Administrator
13.02.2012 10:43 - Обновлено 13.02.2012 10:50

Как показывают расчеты некоторых зарубежных экспертов, на каждые пятьдесят тысяч человек должна быть одна портальная мойка. Кстати, первый бум на открытие моек авто уже прошел, однако до конца рынок этих услуг все еще не освоен. Сегодня автомойщики предлагают почти одинаковое «меню» , более того они до сих пор работают при помощи одних и тех же инструментов и техники. Многие предпочитают марку под названием Karcher, причем, вполне обоснованно. Это на самом деле надежная и качественная техника, хотя она не является самой дешевой. Эта марка очень распространенна в России, ведь российская дилерская сеть данного концерна из Германии отлично развита. Но и другие производители есть на российском рынке. Это такие марки, как Carebridge (Великобритания), Comet и Ceccato (Италия), Istobal (Испания), California Kleindiest, Wesumat, Weidner, WAP, (Германия).
По стране примерно 80 процентов рынка - это техника от немецких производителей, 20 процентов - итальянские, польские и чешские компании, чья продукция немного уступает немецкой, главным образом, в цене и качестве.
Есть три основных типа автомоек, но многие упорно предпочитают мойки ручного типа с устройствами высокого давления. По стране их примерно 90 процентов. 10- 20 процентов приходится на автоматические портальные мойками. Почему так мало, никто не знает, ведь данная услуга высокорентабельна и очень привлекательна для клиентов. Мойщики на это отвечают, что будто бы водителей не привлекают «порталки», так как, по мнению клиентов, они царапают и повреждают автомобиль.
А вот в Европе мойки как раз данного типа очень распространены, как и пункты обмена валют.
Таким образом, хорошему бизнесмену будет не трудно вычислить, чего не хватает на этом рынке услуг, и быстро получить прибыль.