

פרופיל עסקי ענפי:

רחיצת כלי רכב

הענף:

נתוני הענף

ברחבי ישראל פועלים כיום, על פי הערכה, כ- 145 מכוני רחיצת רכב:

- ◀ ת"א והמרכז - כ- 65 עסקים.
- ◀ ירושלים וסביבתה – כ- 5 עסקים.
- ◀ חיפה והצפון – כ- 35 עסקים.
- ◀ השפלה והדרום – כ- 25 עסקים.
- ◀ השרון – כ- 15 עסקים.

השוק:

מאפייני השוק

- ◀ בענף פועלים מתקני מנהרה, מתקנים נעים, רחיצה בלחץ (המיועדת לכלי רכב כבדים) ורחיצה ידנית.
- ◀ הפעילות במכוני רחיצת רכב אינה מאוזנת לאורך השבוע: העומס גדול במיוחד בימי ו' וערבי חג, ימים בהם חלק גדול מהאוכלוסייה פנוי לרחיצת הרכב. ניתן להבחין בעומס מיוחד גם לקראת חג הפסח, כאשר שומרי המסורת מנקים את החמץ מהרכב.
- ◀ נתח חשוב מהכנסת מכוני הרחיצה מגיע מהסכמים עם חברות וציי רכב. בעלי המכוני משתדלים לכוון את רחיצת כלי הרכב הללו לימים א'-ד' בהם תנועת הלקוחות קטנה יותר. עלות רחיצת כלי הרכב לגורמים אלו נמוכה יותר מהתעריפים הרגילים ללקוחות פרטיים.
- ◀ דרך נוספת לוויסות זרם הלקוחות לאורך ימי השבוע היא באמצעות שיתופי פעולה בין מכוני הרחיצה לתחנות הדלק או עסקים אחרים הנותנים שירותים לנהגים (מסעדות, חנויות לחלקי חילוף וכד'). עסקים אלו מזכים את בעל הרכב בשובר רחיצה ומתחשבים עם המכון בתשלום הנמוך בכ- 50% ממחיר רחיצה רגילה. במקרים רבים שוברים אלה תקפים רק בימים א'-ד', בהם תנועת הלקוחות נמוכה יחסית. לעיתים השובר מזכה ברחיצה חיצונית בלבד והנהג משלם עבור השירותים הנלווים, כגון: ניקוי פנים, פוליש ומשיחה בווקס.

לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

- ◀ לקוחות פרטיים. מרבית הלקוחות הנם לקוחות פרטיים, קבועים או מזדמנים. חלקם ביצירת לחצי שיא במכוני (בימי ו' וערבי חג, כאמור) גדול.
- ◀ לקוחות עסקיים וציי רכב. הרכבים מגיעים באמצעות נהגים מקצועיים ע"פ תכנית עבודה מסודרת או בנהיגה עצמית של העובדים (בזמנם הפנוי), כאשר התשלום מבוצע באמצעות שוברים. לצורך תפעול התחנה ההתייחסות אל הרכבים המגיעים בנהיגה עצמית זהה לזו של לקוחות פרטיים.
- ◀ כלי רכב כבדים, כולל משאיות, אוטובוסים, טרקטורים. שירותי רחיצה וניקיון לא ניתנים ללקוחות אלה במנהרות, אלא במכוני רחיצה בלחץ. אלה הם לרוב לקוחות עסקיים.

ספקים

מכון לרחיצת כלי רכב נזקק לספקים בתחומים הבאים:

- ◀ הקמה, התקנה ותחזוקה של מתקני הרחיצה. בארץ מספר קטן של חברות המייצגות יצרנים מחו"ל בתחום זה. שירותיו של הנציג המקומי יכולים לכלול הקמת המתקן על כל מרכיביו, כולל הכנת המשטח, מערכת איסוף המים ומחזורם, והקמת המערכות המכניות או ביצוע התקנת המערכות המכניות בלבד, לאחר שעבודות התשתית בוצעו ע"פ התכניות של יצרן המנהרה ובפיקוח הנציג המקומי.
- ◀ ספקים למערכות שאיבת אבק לניקוי פנים. ניתן לרכוש מערכות אלה בנפרד מהמערכת המלאה או כחלק אינטגרלי ממנה.
- ◀ ספקים לתכשירי ניקוי. כאשר נרכשת מערכת מלאה מתנה הספק את התחזוקה בשימוש בתכשירי ניקוי מומלצים במהלך תקופת האחריות, כאשר בד"כ הוא הספק הבלעדי שלהם. התחרות בתחום זה רבה, וניתן למצוא תכשירים זולים באיכות מתאימה בתום תקופת האחריות.
- ◀ מוצרים מתכלים לניגוב, לניקיון פנים, לאוורור וכד'. מוצרים אלה נמצאים בשוק אצל מספר ספקים רב באיכות מתאימה וטווח מחירים רחב.

אמצעי שיווק

- ◀ מרבית המכונים אינם נוהגים לפרסם את עצמם, והם מסתמכים על מיקומם כמושך תנועת לקוחות ערה, ועל קהל לקוחות קבועים.
- ◀ קיים שילוט בולט בנקודת המכירה עצמה – בכניסה לתחנת הדלק או לחניון בו פועל המכון, תוך הבלטת ייחודו.
- ◀ נהוגה יצירת שיתופי פעולה דוגמת "תדלק ורחץ".

כיווני התפתחות עתידיים:

תיתכן הקמתם של מכונים לרחיצת רכב בשירות עצמי (אוטומטי או אוטומטי למחצה). מכונים אלו, בהם הנהג יכול לשטוף ולנקות בעצמו את הרכב, כוללים מערכות לרחיצה בלחץ, כולל שליטה על שילוב תכשירי ניקוי או משיחת ווקס אוטומטית, וכן מתקנים נפרדים לשאיבת אבק. המערכות האוטומטיות עובדות באמצעות מטבעות או חיוב כרטיס אשראי.

גורמים משפיעים על הצלחה:

- ◀ מיקום.
- ◀ קיומם של מכונים נוספים בסביבה הקרובה.
- ◀ בניית בסיס לקוחות קבוע – לקוחות פרטיים וציי רכב.

מחסומי כניסה לענף:

המחסומים העיקריים בכניסה לענף זה הם:

- ◀ שטח, מיקום ונגישות.
- ◀ השקעה ראשונית גבוהה.
- ◀ רישוי עסקים.
- ◀ יכולת ליצירת קשרים עסקיים עם מנהלי ציי רכב בחברות, כדי לבנות בסיס לקוחות רחב.

כח אדם:

כח האדם במכון לרחיצת רכב כולל:

- ◀ מנהל או מנהל משמרת.
- ◀ מפעיל מתקן רחיצה, המיומן בתפעול טכני של המתקן. עובד זה אחראי גם על גביית התשלום מלקוחות פרטיים או איסוף שוברים.
- ◀ עובדים הנותנים שירותים ייחודיים כגון שטיפה "ללא שריטה", משיחה בווקס ועוד, הנדרשים למיומנות בעבודתם.
- ◀ צוות עובדים לא מקצועיים לביצוע ניקוי הפנים. מספר העובדים משתנה בהתאם ליום בשבוע ובהתאם לעונה.

שטח וציוד נדרש:

- ◀ שטח – מכון הרחיצה מחייב מגרש גדול מספיק שיכיל מסלולי גישה למכון הרחיצה, מתחם לחנייה והמתנה של כלי רכב בין שלב הרחיצה לשלב ניקוי הפנים ושטח עבודה לניקוי פנים. השטח הנדרש הנו 1-3 דונם, בהתאם לייעודו של המכון: רכב פרטי, רכב כבד או אוטובוסים.
- ◀ מתקן רחיצה – מנהרה, מתקן נע או מתקן לרחיצה בלחץ.
- ◀ ע"פ התקנות יש להתקין מתקן לטיהור ומחזור מים. מתקן זה מביא לחסכון במים (שמהווים מרכיב מרכזי בעלות הרחיצה) וכן מבטיח הזרמת מים מטוהרים למערכות הניקוז, כאשר חומרים מזהמים כגון שומנים ותכשירי ניקוי מופרדים בתהליך ידידותי לסביבה.

מימון:

פדיון ורווחיות בענף

הרווח הגולמי בענף נובע מסוג הרחיצה (חיצונית או מלאה), סוג המיכון (מנהרה, מתקן נע או ללא מיכון), מיקום העסק והרכב אוכלוסיית הלקוחות.

- ◀ מכונים הסמוכים לאזורי מגורים, מסחר או תעשייה מתבססים על לקוחות קבועים, פרטיים או מוסדיים. במכונים אלו יעמוד אחוז הרחיצות המלאות על 70-90%.
- ◀ במכונים הממוקמים באזורים צדדיים או בתחנות דלק בכבישים בינעירוניים מתבססים בדרך כלל על לקוחות מזדמנים, וכמחצית הרחיצות הנן ללא ניקוי פנים הרכב. חלק ניכר מהפעילות במכונים אלו נובעת ממבצעי "תדלק ורחץ".
- ◀ הרווח הגולמי מרחיצה מלאה עומד על 20-30% מהפדיון. הרווח הגולמי מרחיצה חיצונית בלבד עומד על 25-40% מהפדיון.
- ◀ בנוסף, קיימים גורמים נוספים המשפיעים על הרווח הגולמי:
- ◀ תצרוכת המים: מכונות המיובאות מאירופה צורכות 90-150 ליטר מים למכונת ומכונות המיובאות מארה"ב צורכות 150-200 ליטר למכונת (מתקנים נעים נמצאים בתחום התחתון של התצרוכת ומנהרות, בהתאם לאורכן - בתחום העליון).
- ◀ יעילות המערך למחזור המים. ככל שהחיסכון במים והשימוש החוזר במים גדולים יותר, יהיה שיעור הרווח הגולמי גבוה יותר.
- ◀ מרכיב המבצעים והלקוחות העסקיים בהיקף המכירות. בעבור שוברי הרחיצה במבצעים (כגון "תדלק ורחץ") מקבל בעל המתקן רק כ- 50% מהמחיר הרגיל לרחיצה חיצונית. המחיר לשירותי רחיצה וניקוי פנים ללקוחות עסקיים נמוך בכ- 20-35% מהמחיר הרגיל.

תנאי תשלום מקובלים

- ◀ לקוחות פרטיים משלמים בד"כ במזומן או באשראי.
- ◀ תנאי התשלום הניתנים ללקוחות עסקיים הנם שוטף + 30 עד 90 יום.

רישיונות ואישורים:

העסק חייב בקבלת רישיון עסק מהרשות המקומית. קבלת הרישיון מותנה ברישוי המשרד לאיכות הסביבה ובהתקנת מערכת למחזור מים לשם שימוש חוזר וסילוק חומרים מסוכנים.

ביטוחים:

- ◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.
- ◀ ביטוח חבות מעבידים.
- ◀ ביטוח אובדן הכנסות.
- ◀ ביטוח רכוש בהשגחה.
- ◀ בנוסף למצוין לעיל, מומלץ להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי הצורך בביטוחים נוספים.

כתובות רלבנטיות:

באתר המשרד לאיכות הסביבה (www.environment.gov.il) ניתן למצוא את תנאי המסגרת הנדרשים לרישוי העסק.

טיפים:

- ◀ תהליך רחיצת הרכב כרוך בהמתנה, לכן כדאי להתקין מתחם המתנה, פינה לקריאת עיתון / קפה וכד'. הדבר יכול להנעים את זמן ההמתנה ללקוחות ולהוות מקור הכנסה נוסף.
- ◀ שילוב שירותים משלימים: משיחה בווקס, רחיצת מרכב ושילדה.
- ◀ יצירת שיתופי פעולה עם עסקים נוספים למבצעי הנחות דוגמת "תדלק ורחץ".
- ◀ ניתן לשקול שירות "מהבית אל הבית" – עובד העסק לוקח את רכב הלקוח מהבית / עסק ומחזירו נקי.

1. מאמצים רבים הושקעו בהבטחת מהימנות ונכונות הנתונים והמידע המופיעים בפרופיל עסקי ענפי זה. יחד עם זאת **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אינם אחראים לדיוק הנתונים המופיעים בו, ו/או לכל שינוי בהם.
2. השימוש בפרופיל זה ו/או במידע המופיע בו הינו באחריות בלעדית של המשתמש, ואין הרשות לעסקים קטנים, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אחראים לתוצאות ולנובע מהשימוש הנ"ל.
3. המידע המובא במדריך אינו מהווה תחליף לבדיקה אישית ומקצועית של הנתונים הרלבנטיים, בטרם פועלים על פיהם.
4. פרופיל עסקי זה עודכן בספטמבר 2004 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.