

«БЕЗ СТЕСНЕНИЯ МОЮТ САМИ»

ПО СЛОВАМ РОМАНА МАЦАРИНА, СОВЛАДЕЛЬЦА ХОЛДИНГОВОЙ КОМПАНИИ «РОСТА», АВТОМОЙКИ САМООБСЛУЖИВАНИЯ В ПЕТЕРБУРГЕ — АКТИВНО РАЗВИВАЮЩИЙСЯ СЕГМЕНТ БИЗНЕСА. ВКЛАДЫВАТЬСЯ В ТОЧКИ ГОТОВЫ ИНВЕСТОРЫ ИЗ СОВЕРШЕННО РАЗНЫХ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, А ПОСТАВЩИКИ ОБОРУДОВАНИЯ ИЗ ИНТЕРЕСА К РОССИЙСКОМУ РЫНКУ ИДУТ НА УСТУПКИ В ЦЕНЕ. СЛЕДУЯ ЗА СПРОСОМ, КОМПАНИЯ ПЕРЕХОДИТ ОТ СХЕМЫ ДОЛЕВОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ К ФРАНЧАЙЗИНГУ. БЕСЕДОВАЛА ЮЛИЯ ЧАЮН

BUSINESS GUIDE: Сколько компаний у вас находится под управлением?

РОМАН МАЦАРИН: В наши активы включены инвестиционно-строительная компания «Роста», проектировочная компания «Современные технологии», строительная компания «Престиж-строй», компания, занимающаяся вопросами аренды, — «Фаворит», пятая структура, которая занимается привлечением инвестиций для объектов в регионах, — «Фаворит Плюс».

BG: А сколько у вас автомоек самообслуживания?

Р. М.: Мы управляем четырьмя объектами, а построили под ключ 24 автомойки в Петербурге. У нас несколько путей развития бизнеса. Это и строительство объектов под ключ, которыми мы потом управляем, за что берем 15% от оборота, и продажа оборудования, и долевое инвестирование. Каждая автомойка полностью автономна, регистрируется как новое общество с ограниченной ответственностью, доли в уставном капитале которого мы потом продаем. Сейчас готовимся запустить франшизу.

BG: Почему вы решили обратиться к франчайзингу?

Р. М.: Схема долевого инвестирования не всегда понятна потенциальным инвесторам, поэтому мы упаковываем проект в коробку франчайзинга. Для этого мы сейчас регистрируем торговую марку «Волна», под которой будем развивать франшизу, разрабатываем отдельный пакет документов для заказчика. При этом работать с франчайзи мы будем достаточно стандартно — они должны будут выплачивать паушальный взнос и роялти, составляющее 5% от оборота. Мы со своей стороны будем следить за техническими параметрами мойки, за качествами услуги, что будет прописано в договоре концессии. Да, мы будем получать меньше денег, но задача состоит в том, чтобы масштабировать проект, а не собрать как можно больше денег с каждого объекта. Готовый проект франшизы мы планируем запустить примерно через месяц.

BG: Чье оборудование вы используете?

Р. М.: Раньше у нас было два поставщика — это немецкий CWTech и польский BKF Carwash, а сейчас пять. Когда мы запустим франшизу, партнер сможет выбрать любого поставщика из пяти.

BG: Сколько стоит запустить одну мойку?

Р. М.: Стоимость колеблется в зависимости от комплектации, количества боксов, типа системы — модульной или контейнерной. Стандартный вариант — это контейнерный комплекс, насчитывающий шесть постов. Такой объект, построенный под ключ, обойдется в 10 млн рублей с учетом согласований, строительных работ, ввода в эксплуатацию. Автомойка «Волна» на Пулковском шоссе обошлась в 26 млн рублей из-за сложных инженерных коммуникаций, дорогих очист-



ЕВГЕНИЙ ПЛАТЕНКО

ных сооружений. Окупаемость одного объекта составляет два-три года.

BG: Сколько автомобилей в сутки может обслужить одна мойка?

Р. М.: Технический предел автомойки на шесть постов — 900 автомобилей за 24 часа. Но, по сути, мы не считаем количество машин, мы считаем деньги. Может приехать десять грузовиков и помыться на 500 рублей, а может приехать 40 легковых автомобилей и также помыться на те же 500 рублей. Мойки могут обслуживать небольшие, малотоннажные грузовики, микроавтобусы. Все программы и все расходные материалы на мойке имеют одинаковую цену, конечная стоимость мытья машины зависит от того, сколько времени на мойку затрачивает владелец автомобиля. Впрочем, в рамках сети каждый собственник выставляет свою цену. В среднем стоимость одной минуты составляет 20 рублей. На мытье легкового автомобиля уходит примерно семь минут, внедорожника — 10–12 минут, грузовика — 15–25 минут. Конечно, все зависит от степени загрязнения, но практика показывает такие цифры.

BG: Сколько денег такая мойка приносит за сутки?

Р. М.: В зависимости от периода. Если брать в среднем за год, то эта сумма составляет 65–70 тыс. рублей в сутки. Зимой выручка падает до 30 тыс. рублей в сутки. За месяц такая мойка приносит в среднем 1,5–1,8 млн рублей. Пиковые показатели приходятся на март-апрель и октябрь-ноябрь, когда мойка на шесть постов может приносить до 3 млн рублей в месяц. В прошлом году за декабрь мойки в среднем принесли по 2,5 млн рублей каждая. Дело было в температуре: декабрь выдался очень теплым, была слякоть. Однако в предыдущие холодные зимы ни одна из моек не закрылась, потому что вода, полы подогреваются котлом — и даже в самые холодные месяцы мы работали в плюс.

BG: Как строится ваше взаимодействие с инвесторами?

Р. М.: Как я говорил ранее, каждая автомойка оформляется на отдельное юрлицо, доли в котором продаются инвесторам. Допустим, приходит инвестор и говорит, что у него есть миллион или два, и пропорционально сумме инвестиций в сам проект ему передается доля в уставном капитале. И уже в первый месяц работы автомойки инвестор получает долю из чистой прибыли. У нас, кстати, вся система автоматизирована и прозрачна, можно удаленно на компьютере следить за денежными поступлениями от клиентов в реальном времени. Даже если мы не продадим доли какого-то объекта инвесторам, ничего страшного, мы продолжаем зарабатывать на деятельности мойки, отлаживать бизнес-процессы.

BG: И велика ли очередь потенциальных инвесторов?

Р. М.: Около четырнадцати, и это люди не из автомоечного бизнеса, а топ-менеджеры и собственники самых разнообразных компаний — кто-то из строительной отрасли, кто-то из производственных секторов.

BG: Где, помимо Петербурга, вы намерены развиваться?

Р. М.: В Москве мы собираемся построить два объекта — на Кутузовском проспекте и на Варшавском шоссе. Уже заключены договоры аренды на эти два участка, в сентябре мы приступили к их реализации. Строительство, ввод в эксплуатацию, ожидание оборудования совокупно займет до трех месяцев. Что касается размера участка, то в среднем он составляет 1 тыс. кв. м. При этом там обязательно должны быть коммуникации, вода, электричество. Столичный рынок — это фактически непаханое поле для автомоек самообслуживания, так как там представлены единичные объекты.

Кроме того, для поставщика оборудования мы строим два объекта в Екатеринбурге. Одна мойка строится в Оренбурге. На стадии согласования находится объект в Челябинске. При этом мы провели основные переговоры с арендодателями по поводу участков в 46 регионах России. Если к нам придет инвестор и сделает заказ на 200 моек, мы будем готовы такую сеть построить за два-три года.

BG: Знаете, в 2007 году владельцы автомоек в один голос утверждали, что мойки в сегменте самообслуживания непопулярны среди горожан. Что-то изменилось или они были не правы?

Р. М.: Я вам больше скажу, в 2010 году, когда мы планировали выводить этот проект на рынок, топ-менеджеры автомоечного бизнеса продолжали говорить, что в Петербурге тема самообслуживания работать не будет. В итоге первым, кто купил нашу мойку, стал сам поставщик оборудования. И эта мойка пользовалась бешеным спросом — за два месяца она приняла 22 тыс. машин. Интерес клиентов связан с низкой стоимостью, высоким качеством самой услуги, новизной.

BG: А с качеством услуги? Наверняка профессиональные мойщики помогут машину лучше, нежели ее хозяин.

Р. М.: Безусловно. Однако подобный вид бизнеса можно сравнить с фастфудом. Вы понимаете, что в какой-то сети быстрого питания еда за 300 рублей будет не того же качества, как в ресторане, она будет проще, но такой же сытной. Помимо этого, на мойках самообслуживания клиенты не столкнутся с очередями, в которых придется ждать по 20–30 минут.

BG: А кто к вам ездит, есть ли какой-то выделенный ценовой сегмент автомобилей?

Р. М.: Все бренды. Вот сегодня на мойку на Пулковском шоссе приезжал белый Bentley. У нас есть постоянные клиенты на машинах за 5–8 млн рублей, которые без стеснения моют свои машины сами. Хотя мы предоставляем услугу, когда администраторы по просьбе клиента могут помыть машину — примерно то же самое, как персонал заправочных станций заправляет машины клиентов за чаевые.

BG: Как развиваются отношения с поставщиками на фоне скачков валют, если оборудование у вас иностранное?

Р. М.: Оборудование подорожало с 5,5 до 9 млн рублей, когда произошел скачок курсов валют в октябре 2014 года, и мы перестали его закупать. После этого польский поставщик пошел на уступки и снизил для нас цену, потому что российский рынок ему очень интересен. Несмотря на то, что сейчас курс евро опять пошел вверх, у нас достаточно ровная цена на оборудование за счет скидок и хороших отношений с поставщиками. ■