

4. Potencjalne zyski – prosty model kalkulacyjny

Przykład warsztatu wykonującego:

- 5 usług R134a dziennie po 200 zł
- 2 usługi R1234yf dziennie po 350 zł

Miesięczny przychód (22 dni robocze):

$(5 \times 200 \text{ zł} + 2 \times 350 \text{ zł}) \times 22 \text{ dni} = 33\,000 \text{ zł brutto}$

Odliczając koszty czynnika, robocizny, eksploatacji, marża netto może sięgnąć **40–60%**, czyli nawet **13 000–18 000 zł miesięcznie** – przy dobrze funkcjonującym warsztacie.

5. Sezonowość i strategia cenowa

Popyt na usługi klimatyzacyjne rośnie **gwałtownie wiosną i latem**, ale warto je promować także jesienią i zimą jako profilaktykę zaparowanych szyb i sprawnego układu nawiewu.

Strategie:

- oferuj przegląd klimatyzacji z rabatem poza sezonem
 - połącz usługę z ozonowaniem lub wymianą filtra kabinowego
 - wprowadź "przedsprzedaż" pakietów klimatyzacyjnych przed sezonem
-

6. Czy warto inwestować w obie stacje?

 **TAK – jeśli:**

- masz średni lub duży warsztat i chcesz obsługiwać różne roczniki aut,
- planujesz rozwijać działalność i nie tracić klientów z nowszymi autami,
- zależy Ci na budowaniu reputacji kompleksowego serwisu.

 **NIE – jeśli:**

- obsługujesz głównie stare auta (np. warsztat w małym miasteczku, bez aut powyżej 2017 r.),
- nie masz wystarczającego obrotu lub klientów zainteresowanych usługą R1234yf.

7. Przyszłość: co dalej z klimatyzacją?

- **R1234yf** to obecnie obowiązujący czynnik, ale już testowane są jeszcze bardziej ekologiczne alternatywy (np. CO2).
- W 2030 roku prawdopodobnie **czynniki HFO (jak R1234yf) nadal będą dominować**, ale trend zmierza w kierunku **minimalizacji emisji F-gazów**.
- Warsztaty oferujące **pełen zakres usług klimatyzacyjnych** będą w przyszłości bardziej konkurencyjne.

Podsumowanie: opłacalność i rekomendacje

Inwestycja w stację klimatyzacji – szczególnie dwugazową – **jest opłacalna**, o ile warsztat:

- posiada odpowiednie zaplecze klientów,
- potrafi odpowiednio promować usługę,
- nie ogranicza się tylko do sezonowej działalności.

Dobrze prowadzona usługa klimatyzacyjna może być **stałym źródłem dochodu** oraz **pretekstem do kontaktu z klientem**, który może wrócić po inne usługi (oleje, hamulce, diagnostyka).