

www.autoexpert.com.ua

02'2009 www.autoexpert.com.ua

autoExpert

ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ АВТОБИЗНЕСА

ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ АВТОБИЗНЕСА

НЕМЕЦКИЕ МАСЛА

ADDINOL

Расширяем дилерскую сеть

www.addinol.ua

www.addinol.de

РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ

АДРЕСНОЙ ДОСТАВКОЙ



АР Крым: ЧП "Оригинал Авто", тел.(0552) 327-500; **Белая Церковь:** ЧП Черкасова Н.И., тел.(067) 503-1370; **Бердянск:** ЧП Янчикин О.Ю., тел.(050) 9658-135; **Винница:** ЧП Киналь В.Я., тел.(067) 432-4070; **Днепропетровск:** ТОВ. " Карлайн", тел.(0562) 314-346; **Донецк:** МЧП "Автомодуль", тел.(0642) 556-813; **Житомир:** ЧП Черепанин В.В., тел.(0412) 258-627; **Закарпатье:** ЧП Бегла М. М., тел.(0313) 157-280; **Запорожье:** "Автомаг Е-95", тел.(0612) 185-095; **Ивано-Франковск:** ЧП "Бавилон", тел.(068) 5413-572; **Киев:** ТОВ. "Авто Альянс", тел.(044) 563-4947; **Киев:** ЧП Карпенко П.И., тел.(044) 593-3539; **Кировоград:** ЧП Власов А.А., тел.(067) 520-8498; **Кривой Рог:** ООО"Пикко", тел.(056) 442-8481; **Луганск:** МЧП "Автомодуль", тел.(0642) 556-813; **Луцк:** ООО "Гурт-ОИЛ", тел.(0332) 780-802; **Львов:** ЧП Залуцкий Р., тел.(097) 3487-888; **Мариуполь:** ЧП Харабуга Е.В., тел.(050) 470-3363; **Мелитополь:** ЧП "Грач -Авто", тел.(0619) 420-372; **Николаев:** ЧП Грищенко Н.И., тел.(050) 502-4767; **Одесса:** ЧП "Оригинал Авто", тел.(0552) 327-500; **Полтава:** ООО "ГПЛ-Полтава", тел.(0532) 611-430; **Сумы:** ООО "ГПЛ-Сумы", тел.(0532) 611-430; **Харьков:** ООО "ГПЛ-Харьков", тел.(057) 731-2210; **Херсон:** ЧП "Оригинал Авто", тел.(0552) 3275-00; **Хмельницкий:** ТОВ. "Говерла", тел.(0382) 645-016; **Черкассы:** ЧП Тригуб Л., тел.(050) 313-5930; **Чернигов:** ООО "ГПЛ-Чернигов", тел.(0372) 611-430; **Черновцы:** ТОВ. "Стартрек -Оил", тел.(037) 257-0777.

НЕПІДРОБНА ЯКІСТЬ



**МОТОРНІ, ТРАНСМІСІЙНІ,
ІНДУСТРІАЛЬНІ ОЛИВИ ТА МАСТИЛА**

Тел.: (044) 492-30-80
Тел.: (044) 599-43-08

WWW.ZIC.COM.UA

Профессионалы рекомендуют

TEBOIL

ЗАО «Росэкспорт» тел.: (044) 496-96-90
e-mail: info@rosexport.com.ua

Ты знаешь истинную цену



г. Киев, ул. Константиновская, 68, оф. 411
тел.: (044) 537-28-06 - многоканальный, t-g@online.ua, www.total.in.ua

ООО «Побутавтоцентр»
официальный дистрибьютор в Украине



тел.: (044) 202-45-77, 237-11-33, (050) 310-45-77
e-mail: info@koni.com.ua, www.koni.com.ua



Neste Oil – титульный спонсор финского этапа Чемпионата мира по ралли

NESTE OIL





Моторное масло Neste Oil. Проверено дорогами

Полностью синтетическое моторное масло нового поколения Neste City Pro 5W40 производится из собственных базовых масел Nexbase® и высококачественных присадок нового типа, которые предохраняют двигатель от нагара и сохраняют великолепные смазочные характеристики в течение длительных промежутков замены. Масло отвечает требованиям новейших усовершенствованных конструкций двигателей.



АГРО-СОЮЗ

www.agrosoyuz.ua

ООО «Компания «Агро-Союз»,
официальный дистрибьютор Neste Oil в Украине
г. Днепропетровск, тел: (0562) 311473
email: dnv@agro.dp.ua

ВСЕУКРАИНСКАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ЛИНИЯ
8-800-50-2476-0
8-800-50-AGRO-0
 Бесплатные звонки со стационарных телефонов по Украине



PIRELLI P175/70R13TL 82T P400 A - 42 y.e. BRIDGESTONE 185/65 R14 PTNZ GIII - 55 y.e. PIRELLI 195/60 R15 88V PDRAGN - 70 y.e.
 MICHELIN 195/65 R15 91H ENERGY MXV8 - 70 y.e., PIRELLI 205/60 R15 91H P6 - 75 y.e. YOKOHAMA 205/65 R15 94H A300 - 75 y.e.
 MICHELIN 205/55 R16 89V PILOT HXMXM - 105 y.e. MICHELIN P205/60 R16 91H E.MXV4 S8 - 115 y.e.
 MICHELIN 225/65 R17 102T LAT TOUR - 170 y.e. PIRELLI 225/55-18 P6 FOUR SEASONS - 155 y.e.

и многое другое по привлекательным ценам опт. и розница. Тел.: (044) 578-16-50



Центр кузовного ремонта СТО «Интеркреденс»



Для нас важен каждый клиент!

- Рихтовка на стенде SPANESI
- Компьютерный подбор красок SPIES HECKER
- Профессиональная покраска в камере WOLF
- Полировка материалами 3M
- Эвакуация автомобилей

г. Киев, ул. Куреневская, 21
 тел. (044) 468-63-52, 468-31-14, 468-39-99





Содержание

Бизнес

- 2 Сергій Овсієнко, директор «Інтер Карз Україна»: «Криза все розставити по місцях»
- 6 Валерий Бут, генеральный директор АФ «ЗипАВТО»: "Миссия нашей компании в 2009 году осталась прежней - быстрое и качественное обслуживание клиентов"
- 8 Работа с товарами спорадического потребления

Автокомпоненты

- 10 Рынок АКБ в условиях кризиса: как удержать продажи?
- 12 Тонкости маркировки
- 14 Ампер-часы как товар
- 18 Особенности учета автозапчастей
- 20 Восстановленные запчасти: мифы и реалии
- 24 Wahler: Подробно о термостате и его неисправностях
- 26 Война с коррозией
- 28 Новости
- 30 Двухмассовый маховик и сцепление ZF Sachs - в первом серийном оппозитном дизельном двигателе Subaru

Программное обеспечение

- 31 Audateх. Административный модуль AudaShare

Масла, автохимия

- 34 Меняем ATF
- 36 Хорошая новость в тяжелое время. Гидравлическое масло MENF от Addinol обеспечивает 14% экономии топлива
- 37 Новости

Технологии

- 38 Влияние глобализации на отраслевой рынок

Реклама и PR

- 40 Автомобильная реклама и американская культура

Автосервисное оборудование

- 42 Новости
- 42 CleanBurn - отзывы клиентов
- 44 Автосервисное оборудование. Прайс-листы

02'2009
autoExpert
для профессионалов автобизнеса

Главный редактор
Выпускающий редактор
Журналисты

Александр Кельм
Зоя Украинская
Юрий Стороженко
Евгений Пашенко
Виктор Кондратенко
Андрей Пастух
Влад Лещенко
Елена Вороная

Дизайн и верстка

Директор по рекламе
Ответственный секретарь
отдела рекламы
Менеджеры по рекламе

Ольга Куприк
Ольга Глушко
Екатерина Барсуль
Галина Кривицкая
Лилия Коваль
Оксана Лещенко

Директор по сбыту

Условия размещения рекламы:
тел.: (044) 493-45-70
www.autoexpert.com.ua

Журнал выходит ежемесячно
Распространяется по всей Украине
Цена номера — 15,00 грн.
Тел. отдела сбыта: (044) 493-45-70

Подписной индекс: 90160
Подписка принимается во всех почтовых отделениях связи. В редакции подписка принимается с любого номера.
Тел. отдела подписки: (044) 493-45-70

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных материалах. Перепечатка материалов, опубликованных в журнале, допускается только по согласованию с редакцией.

Общий тираж — 30000 экз.

Учредитель и издатель
ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО «АВТОЭКСПЕРТ»
Свидетельство о перерегистрации
КВ № 11753-623ГП от 15.09.2006 г.

Адрес издателя и редакции:
Украина, 02088, г. Киев, ул. К. Маркса, 7
e-mail: info@autoexpert.com.ua
www.autoexpert.com.ua, тел.: (044) 493-45-70

(с) ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО «АВТОЭКСПЕРТ»



Сергій Овсієнко, директор «Інтер Карз Україна»: «Криза все розставить по місцях»



Підбили підсумки, розпитали про плани. З'ясувалося, що криза – це лише привід прискіпівіше шукати нові можливості, що не могли не відкритися зі зміною ситуації на ринку. Такий висновок народився у розмові з директором компанії "Інтер Карз Україна" Сергієм Овсієнком.

– Криза стала темою номер один в будь-якій розмові. Ви як співвласник і керівник дочірньої компанії одного з найвпливовіших європейських дистриб'юторів запчастин, напевно, гостро відчуваєте різницю у проявах економічного колапсу, умовно кажучи, «тут» і «там»...

– На жаль, колапс поки що помітний лише по цей бік українського кордону. Нещодавно я мав розмову з партнером – президентом компанії «Інтер Карз» Кшиштофом Алексівічем. Кількома словами його позицію можна передати так: в Україні «Інтер Карз» спокійно переживе цю кризу, а в Європі такого стресу просто немає. Тож, наші позиції стабільні, на відміну від автовиробників, у яких справді є проблеми. На початку грудня відбулася зустріч членів закупівельного союзу ATR, до якого ми входимо, з виробниками. За ці дні я зустрівся з представниками 21-ї фірми-виробників на рівні топ менеджерів. Деякі з них до 80% своєї продукції поставляють на

конвеєр. І якщо, наприклад, у Renault зараз більше мільйона непроданих автомобілів стоять на майданчику, це означає, що бізнес постачальника запчастин так само зупинився. І то! Незважаючи навіть на такий застій, в Європі немає такої ситуації, як у нас...

– Сергію Івановичу, як польські акціонери реагують на ситуацію в Україні?

– Вони розуміють ситуацію і готові до курсових втрат, а також до грошової підтримки. Наведу такий приклад. У нас є один постачальник, з яким не працює польський «Інтер Карз». Це Gulf – голландський виробник мастильних матеріалів. Останнього разу ми, як завжди, відправили автомобіль за продукцією, а на заводі кажуть: страхова компанія понизила рейтинг України, тому платити за продукцію треба наперед. Але за контрактом ми не мусимо того робити! Я взяв гарантійного листа від польського «Інтер Карз» на мільйон євро. Не вийшло... Тепер будемо брати мастила, які продає польський «Інтер Карз». Можливо, Gulf'a в Україні більше не буде. Але я знаю, що інші виробники, з якими працює «Інтер Карз», навіть не думають вчинити щось подібне, хоча відносно решти українських компаній у них можуть бути певні обмеження. В нас таке сталося з одним-єдиним виробником. Але хто з того втратив?..

– Ви маєте свій прогноз щодо подальшого розвитку подій?

– Далі буде ще гірше, особливо для виробників автомобілів, які останнім часом суттєво нарощували випуск продукції, брали задля цього кредити, розраховуючи віддати з майбутніх продажів, що мають постійну тенденцію росту. А продаж став... Виробники запасних частин, м'яко кажучи, в шоці.

Звичайно, ми відчуваємо кризу. Як і всі решта, ми були змушені підвищити ціни зі зміною валютного курсу. Але зростання курсу євро все одно зумовлює великі курсові втрати, незважаючи на збільшену маржу у гривні. Є проблеми, але не бракує оптимізму. «Інтер Карз» – друга компанія в Європі за товарообігом, тож страху перед майбутнім у нас немає.

– У такому разі чи є у вас персональний «рецепт виживання» для компанії «Інтер Карз Україна»?

– Рецепт – це надто голосно. Але завдяки підтримці материнської компанії і деяким власним стратегіям плануємо тримати бізнес на рівні. Наприклад, візьмемо сегмент автозапчастин для імпортних автомобілів, які перебувають на гарантії. До цього часу ми не мали можливості бути постачальниками авто дилерів у цьому сегменті. Вони самі забезпечували свої потреби. Однак криза означатиме зменшення товарообігу і прибутку фірми. У випадку автодилерів отримані прибутки вони все одно будуть вимушені вкладати в автомобілі, оскільки, по-перше, мають представляти широкий модельний ряд за умовами своїх контрактів, а по-друге – автомобілі для них є найпершим джерелом того ж самого прибутку. Тобто в умовах обмеженого

бюджету вони муситимуть економити на закупівлі запчастин. Не виключаю, що це дасть нам можливість продавати автодилерам ті самі запчастини з тих самих заводів, але дешевше і без назви «оригінальні». Отже, ми можемо виграти, оскільки здатні запропонувати більш дешевий товар тої самої якості.

– Криза в жодному разі не відміняє оцінки досягнень за минулий рік і визначення стратегічного плану розвитку компанії на рік 2009-й. Минулий, наскільки пам'ятаю, у Вас був роком логістики. Що на разі у перспективі?

– Так, минулий рік ми присвятили максимум зусиль розвитку власної системи логістики. Перед нами стояла мета реорганізувати роботу центрального складу і покращити маршрути руху товару по філіях. Мушу сказати, що я задоволений результатом. Логістика покращилась, наскільки нам це дозволяли площа складу і комп'ютерна програма. Якщо говорити про концепцію розвитку «Інтер Карз», рік логістики завершився. З нового року ми перейшли на програмне забезпечення Navision, яке буде врешті-решт коригуватися онлайн з польською програмою. Це допоможе надати сервіс нашому клієнту. Ще нововведення – сканерна система відбору товару на складі і переведення усіх філій на роботу в онлайн-режимі

Також 2009-й рік, буде роком покращення іміджу «Інтер Карз» в Україні і суттєвого розширення асортименту продукції. Увійдемо в групи азійських автомобілів (японських, корейських), а також тих, що, як я казав, досі на гарантійному обслуговуванні. Це наша стратегічна мета на цей рік. Всі під час кризи будуть згортатися, а ми – розширюватися. Хоча, якби за моїми плечима не було польського «Інтер Карзу», можливо, і мені довелося б когось звільнити, якісь філії закрити... Натомість плануємо збільшити вплив на ринок (ринок же ж нікуди не подінеться, він існуватиме!).

– Але ж ринок таки скоротиться! Вантажні перевезення майже зупинилися, а це означає, що так само зупинився ремонт техніки...

– Продаж запчастин для вантажного транспорту складає 30% нашого товарообігу. Це немало. Але навіть якщо ми з них втратимо половину – 15%, то надолужимо у легковому сегменті, мастилах, обладнанні. Це можливо, якщо поставити собі таку мету. Автомобілі все одно їздитимуть. Єдине що – власники нових іномарок рахуватимуть, чи купувати їм за 700 гривень фільтр салону у офіційного дилера, чи за 300 у нас.

Традиційно в грудні продаж падає десь на 30-40 відсотків. У січні, за звичай, взагалі продажів немає. Але бюджет 2008 року ми виконали ще за 11 місяців з урахуванням закладеного в нього зростання на рівні 38%, порівняно з 2007-м. Отже, грудень був «у плюсі». На цей рік, незважаючи на кризу, плануємо зростання на 50%. І то не у гривні, а в євро!

– Розширення асортименту, яке ви ставите собі на меті цього року, за звичай, вимагає солідних інвестицій, тож мало хто наважиться на такий крок як раз під час скорочення ринку і згортання бізнесової активності...

– На то у нас є певні розрахунки і стратегії. На даний момент 30% товару ми закуповуємо у польського «Інтер Карзу», 50% – безпосередньо у виробників і 20% – в українських постачальників. Тоді як раніше в Польщі ми закуповували 80-100%, і сьогодні, гадаю, час якщо не повернутися повністю до тих цифр, то переглянути їх у бік збільшення. В «Інтер Карз» є дуже цікаві групи, які нам не вигідно возити від виробника. Наприклад якісь гідравлічні ремкомплекти. Завод знаходиться в Іспанії, і везти звідти цілу фуру не вигідно, якщо ми їх продаємо дві коробки на місяць.

Я знаю «Інтер Карз» з того часу, коли це була





невеличка фірма у Варшаві зі складом меншим, ніж у нас тут на Сирецькій. Це фірма, яка завжди пропонувала гальмівну колодку найдешевшу, просто дешево, дорожчу і середню за ціною. І це зонайменше! Вони ніколи не обмежували асортимент. Людину може не влаштувати ціна, якість або вона просто не любить цю марку. У мене є знайомі, які не будуть заливати Mobil, що ти їм не обіцяєш. Вимагають Castrol. При цьому можуть порівнювати між собою мінеральне мастило однієї марки і синтетичне іншої.

Тому «Інтер Карз» пропонує лише гальмівної групи 15 марок, тоді як українські компанії звикли до двох-трьох. Отже, ми цього року фокусуватимемо зусилля на розширенні асортименту, організуємо доставку з Польщі двічі на тиждень (зараз лише раз на тиждень).

В «Інтер Карз» є багато дріб'язкових речей, без яких автомобіль не поїде, але закуповувати у виробника не вигідно. Відповідно, автодилери їх возять самі, решта закуповує у контрабандистів. До речі, на цьому товарі можна виставити зручну ціну. Адже коли треба – власник не зважатиме на те, коштуватиме ця деталька п'ять гривень чи сім. Чому б не скористатися своїми перевагами? До того ж перехід на нове програмне забезпечення дозволить нам використати статистику польського «Інтер Карзу», отримувати звіди аналітики, що виключить можливість помилок у формуванні розширеного асортименту.

– У зв'язку з кризою чи плануєте Ви розвивати власний проект партнерської мережі станцій техобслуговування?

– Ми маємо цей проект, але його реалізація заморожена, доки ми не зможемо забезпечити повний комплект матеріалів і послуг для його відкриття. По-перше, жодна українська фірма поки не може забезпечити хоча б 70% необхідних станцій запчастин. А станція не може лише міняти амортизатори і то на окремих марках автомобілів. А є ж моделі, на які певні виробники ексклюзивно випускають запчастини. Отже, асортимент українських компаній не відповідає вимогам станцій. По-друге, ринок не готовий до втілення таких проектів. Я завжди порівнюю з Польщею – ми маємо геть інший ринок і власне інший автопарк... Неможливо нав'язати ринкові те, до чого він не готовий.

– У такому випадку, яку структуру має набути український автопарк, аби наблизитися до польського?

– Те, що зараз у нас, за статистикою, було в Польщі у 1998-99-му роках. Бум продажу нових автомобілів, популярні моделі типу BMW 540. Вони так само проходили через це. Зараз якщо ти день поїздиш Варшавою на автомобілі (а там парк трохи більший, ніж у Києві), то зможеш побачити один Porsche Cayenne. А можеш і не побачити. BMW X5 буде один-два. Три вже не побачиш. Те саме з Toyota Camry. Побачити Land Cruiser можна хіба що коли він витягує катер на причепі. Існують такі автомобілі, але вони не їздять по дорогах так, як у нас. Зараз в Польщі з'явилися «американці», бо вони дешеві. Типові автомобілі – це Peugeot 206, VW Golf, Opel Vectra і Corsa, Toyota Yaris, Chevrolet Lanos. Тобто автомобілі навіть не середнього класу. Здебільшого – це малолітражки. Тоді як десять років тому двигуни були 1,8 – 3 літри. Зараз практично всі на дизелі, а якщо бензин – то 1,6 л максимум. Дволітровий автомобіль просто за дорогого тримати. Люди рахують, бо багато жінок не працює. У них має бути маленький автомобільчик для власних потреб (наприклад, відвезти дітей до школи або зробити покупки). У чоловіка – свій автомобіль. Якщо службовий, то може бути VW Passat. І то механіка, без шкіри.

Якщо говорити про сервіс – в 98-му році у Варшаві було повно автомагазинів. Зараз я не знаю жодного. У «Інтер Карза» шість філій у Варшаві, у «Фоти» одна. Є «Інтертім», ще пара фірм. Магазинів немає. Однозначно ця тенденція проявиться і в нас. Ну, хіба що контрабанда буде і далі процвітати – тоді проявиться ще нескоро...

– А аксесуари, хімія, колеса – де вони у Польщі продаються?

– Здебільшого у супермаркетах. В нас лише почали з'являтися – в «Епіцентрі», в «МЕТРО» щойно почали продавати автотовари в нормальному асортименті. У Варшаві, так само як і в нас, проблема з парковкою. Для маленьких магазинчиків платна і взагалі відсутня парковка – то величезна проблема. У нас поки що так само немає розвинутої системи продажу аксесуарів на заправках (хіба що маленькі магазинчики із завищеними цінами). Там же – повноцінні магазини з нормальним асортиментом.

– Ви не відчуваєте поки що інтересу власників заправок до вас як постачальника?

– Колись ми пробували постачати спеціальний набір товарів для заправок – омивателі, мастила. Але заправники грішать тим, що погано платять. Треба мати хороші нерви, щоб з ними працювати. Хоча я не думаю, що на заправках можуть продаватися, приміром, фільтри. А от мастило – літрові каністри на долив. Бо чотириохлітрові людина вже купить в іншому місці, за меншу ціну.

– На Вашу думку, чи навчить криза українців економити?

– Це точно! Криза все розставить по місцях! Людям дуже хочеться легко заробити гроші, при цьому ще й неякісно виконавши роботу. Але досі попит дозволяв прогнудуватися усім. Зараз же половина працівників взагалі сидітиме без роботи. Гадаю, криза почасти нам на користь – зіб'є невинновданно завищені ціни і змусить тверезо оцінювати цінність своєї праці.

Олександр Кельм

Традиционный мартовский экспофорум начинает свою работу

С 10 марта 2009 года на территории Международного Выставочного Центра (Броварской проспект, 15) в Киеве начинается свою работу традиционный мартовский экспофорум, объединяющий выставки "АвтоЗаправочный Комплекс", "АвтоТехСервис" и "ИнтерНефтеГаз".

Объединение специализированных тематик в один выставочный форум позволяет комплексно решать вопросы, которые возникают в профильных отраслях, особенно в условиях мирового кризиса. Ранее он проходил под лозунгом "От скважины до АЗС, от АЗС к бензобаку, от гайки к новейшим технологиям автосервиса", теперь же форум предлагает идеи и готовые рецепты для решения проблем энергоснабжения, энергосбережения, применения альтернативных источников энергии для работы автомобильных двигателей, а также улучшения автомобильного сервиса в новых условиях.

Посетители экспозиции, наряду с традиционными "атрибутами" автозаправочных станций - распределительными колонками, емкостями и резервуарами для хранения, предложениями систем учета и выдачи традиционного автомобильного горючего и операторами оптового и розничного рынка, ознакомятся с наработками в области использования альтернативных видов топлива.

Среди экспонентов мартовского форума - производители топливно-распределительных колонок: "TOKHEIM", "SHEIDT & BACHMANN", "АЗТ Славутич", "GILBARCO VEEDER-ROOT", оборудования для ГНКС: "EUROPUMP", "АСТРОН", "ГАЗТЕХ", "АВТОГАЗ-ПЛАНЕТА", "РЕАЛ-ШТОРМ", "МРИЯ ИМПЕКС".

Новейшие технологии представляют также предприятия, которые производят и реализуют оборудования для

нефтегазовой отрасли, - "РОБИКОН", "ЮКОН", Карловский механический завод, "НЕФТЕМАШ", "ПРОГРЕСС", "VOLZ", "CERBI" и другие.

"Nupigeco" (Италия) - признанный лидер по производству трубопроводных сетей из полиэтилена высокой прочности, "KPS CEE" (Словакия) - известная в мире компания-поставщик пластиковых трубопроводов для работы с нефтепродуктами, "Алания компани" - представляет итальянские мойки.

Среди представителей оборудования для моек, конечно же, известный "Karcher".

Начало весны - удачное время заявить рынку о своих предложениях поставщикам оборудования для СТО, качественных горюче-смазочных, расходных материалов, комплектующих, узлов и агрегатов для автомобиля.

Диагностическое и ремонтное оборудование для СТО представляют компании "Полек-Топ", "Ролсер Авто", "Феникс Маркет", "Тип Топ Сервис".

Демонстрируют новейшие достижения в сфере технического усовершенствования и ухода за автомобилями компании "Полигон-Авто" и "Авто-технологии".

Автомобильные шины представлены компанией "Лига транс".

В рамках мартовского экспофорума будут проведены следующие мероприятия - Круглый стол: "Украинские недра в противовес российскому газу", Семинар: "Инструкция по приему, транспортировке, хранению, отпуску и учету нефти и нефтепродуктов на предприятиях и в организациях Украины", Семинар: "Альтернативные газы: моторные топлива" и др.

Информацию о ходе проведения мартовского экспофорума читайте на сайте: www.autoexpo.ua
Экспофорум продлится до 13 марта.

«ЗипАВТО» начала сезонные распродажи

С целью подтверждения лояльности и удовлетворения потребностей клиентов компания "ЗипАВТО" в 2009 году задействовала сразу несколько привлекательных специальных предложений по дополнительному оборудованию и аксессуарам для легковых автомобилей. С 10 февраля по 30 июля при покупке комплекта из 4-х дисков Z-Racing с 4-мя шинами Sportiva предоставляется дополнительная скидка в размере 2% на комплект покрышек Sportiva. С 10 февраля по 31 марта при покупке антикоррозионных материалов Tectyl на сумму от 10 тыс. грн. клиенты получают дополнительную скидку в размере 6% на следующие закупки этих материалов. Кроме того, при покупке трех коробок (банок в коробке - 36 шт.) антикоррозионных материалов Tectyl в 1-литровой фасовке предоставляется скидка в размере 7% на комплект пистолета SATA с насадками. Ассортимент пистолетов следующий:

1. Пневмопистолет SATA для нанесения антигравийного покрытия и антикоррозионных материалов (без бачка и насадок).

2. Пистолет SATA для нанесения антикора для скрытых полостей. 3 насадки. Соединение I (с бачком и комплектом насадок).

Цена первого с учетом скидки - 639,47 грн. (код 12740), второго - 1742,85 грн. (код 9795).

Также устанавливаются фиксированные цены на ряд

других товарных позиций:

- с 10 февраля по 30 апреля - на торговые марки Pioneer, Kenwood, Sony, JVC, Celsior, Magnat, Oris, Clarion, Challenger и Alpine;

- с 9 февраля по 30 июля - на колесные диски Z-Racing;

- с 19 февраля по 30 июня - на Top Guard (сигнализации, датчики движения, центральные замки, брелоки, сирены и пр.), торговые марки Construct и "Шериф";

- с 15 февраля по 30 мая - на автобагажники "Атлант";

- с 26 февраля 2009 года - на фаркопы Bosal;

- с 9 февраля по 30 июля - на Sun Gard, Lumar, Johnson и др.;

- с 10 февраля по 30 августа устанавливаются - на резиновые автомобильные коврики для большинства моделей следующих марок: Toyota, Skoda, Nissan, Chery, Chevrolet, Renault, Opel, Land Mark, Suzuki, Dacia, Daewoo и пр.

И с 10 февраля по 30 июня - на автомобильные аксессуары, среди которых: передние и задние защитные дуги, пороговые трубы, держатели противотуманных фар и номера, декоративные металлические пороги, защиты переднего бампера и пр.

По вопросам оптовых закупок продукции, а также для уточнения товарных позиций, на которые распространяются специальные условия, обращайтесь к торговым представителям "ЗипАВТО" в центральный офис или региональные представительства.

«ЗипАВТО», г. Киев, тел.: (044) 201-60-16, 201-60-04, order@zipavto.kiev.ua, www.zipavto.com

Валерий Бут, генеральный директор АФ ЗипАВТО: «Миссия нашей компании в 2009 году осталась прежней – быстрое и качественное обслуживание клиентов»



Несомненно, 2009 год войдет в новейшую экономическую историю Украины наравне с 1998-м. У тех, кто выживет, будет что вспомнить и чем похвастаться в корпоративных буклетах. Ведь все, что нас не убивает, делает нас сильнее. Рецепты продвижения и развития компании ЗипАВТО мы узнавали у ее генерального директора Валерия Бута.

– С учетом последних событий в экономике, какую позицию, по вашим данным, занимает на рынке компания ЗипАВТО?

– ЗипАВТО, структурное подразделение Корпорации УкрАВТО, – главный поставщик комплектующих в первой по величине сети торгово-сервисных центров на территории Украины, что подтверждает наш статус одного из лидеров в данном сегменте.

Определяющая особенность нашей компании – широкий ассортимент автотоваров по разным направлениям: запасные части, дополнительное оборудование и аксессуары, смазочные материалы и краски для автомобилей. Можно сказать, что мы в каком-то роде – уникальны. С другой стороны, нам приходится прилагать максимум усилий, чтобы на равных конкурировать с компаниями, которые специализируются на каждом отдельном из озвученных выше направлений. Потому назвать общую позицию компании ЗипАВТО на рынке по состоянию на начало 2009 года однозначно нельзя. По данным наших исследований, в настоящий момент компания входит в десятку лидеров среди дистрибьюторов запасных частей. Планируемая доля АФ ЗипАВТО на рынке моторных масел в целевом сегменте автотранспорта в 2009 году будет составлять более 15%.

– Наступление или аккумулялирование ресурсов – какую стратегию вы выбрали на ближайший год?

– Учитывая сложившуюся на рынке и в стране ситуацию, стратегия нашей компании в 2009 году будет направлена все-таки на аккумулялирование ресурсов, в частности – на оптимизацию операционных затрат. Мы планируем делать все, чтобы деятельность ЗипАВТО была результативной в течение всего года.

В 2009 году будем делать ставку на продвижение нашей компании, как одного из лучших поставщиков продукции известных во всем мире торговых марок. Кроме того, на этот год мы запланировали ряд рекламных кампаний и бонусных программ.

В нынешней ситуации к предлагаемому нами ассортименту продукции мы подходим очень критично. Так, до конца марта планируем пересмотреть и оптимизировать ассортимент по запасным частям, дополнительному оборудованию и аксессуарам.

– Принцип «не останавливаться на достигнутом» всегда был залогом дальнейшего успеха. Какие цели вы ставите перед компанией и перед собой ее руководителем?

– Первоочередные цели для ЗипАВТО на 2009 год – выполнение плановых показателей по товарообороту и сохранение прибыльности, что будет нелегко сделать в столь сложной экономической ситуации, следствием которой стало многократное падение потребительского спроса на все виды товаров. Перед собой ставлю цель сохранить коллектив компании, так как именно от сотрудников зависит конечный результат.

– Как вы можете охарактеризовать развитие компании за последний год, со времени вашего назначения на должность генерального директора АФ ЗипАВТО?

– Безусловно, лучше всего оценивать свои достижения, глядя со стороны, таким образом можно получить более объективную оценку происходящего. Главное, что хотелось бы отметить, – в 2008 году мы выполнили стоящие перед нами задачи. Отмечу, что товарооборот по сравнению с 2007 годом вырос на треть, а валовый доход – вдвое. В начале осени прошлого года мы перешли на работу с новым программным обеспечением – «Ахарт». Оптимизировав структуру компании, каждый сотрудник сконцентрировал свои усилия на единый результат – продвижение продукции ЗипАВТО. В днепропетровском, одесском, луганском и донецком региональных представительствах были расширены складские помещения, что позволило лучше удовлетворять запросы наших клиентов.

– Наверное, определяющим фактором для любой дистрибьюторской компании является ассортимент. Все остальное вторично. Каковы на сегодня принципы формирования продуктового портфеля компании? Можете ли Вы выделить

основные товарные группы и приоритетные направления развития?

– Предлагаемый нами ассортимент формируется исходя из потребностей рынка. К основным товарным группам относятся аккумуляторы, амортизаторы, фильтры, детали для ходовой части, фаркопы, смазочные материалы, автоэлектроника, шины и другое.

О количестве позиций можно судить по общей площади складских и административных помещений, а это – более 12 тыс. кв.м. Площадь центрального склада в Киеве – порядка 8 тыс. кв.м.

На данный момент количество наших поставщиков составляет около 150, торговых марок – примерно 200. Количество товарных позиций – более 140 тыс. наименований.

Для каждого отдельного направления процент охвата рынка автомобилей разный. Например, по смазочным материалам планируемый целевой сегмент автотранспорта на 2009 год – более 2 млн. автомобилей. По запасным частям мы ориентируемся на автомобили, вышедшие из гарантии. Ассортимент дополнительного оборудования и аксессуаров покрывает потребности различных автосалонов практически на 100%.

– Как Вы планируете развивать портфель марок?

– Номенклатура и ассортимент продукции по всем четырем направлениям нашей компании в целом соответствует запросам наших клиентов. Поэтому портфель торговых марок в 2009 мы менять не планируем. На протяжении года акцент будет делаться на брендах-локомотивах и эксклюзивных торговых марках, перечень же брендов, имеющих низкий оборот, будет постепенно сокращен.

– На чем строится логистика компании и система дистрибуции в регионах?

– Действующая система логистики позволяет нам доставлять товар своим клиентам в любой регион Украины. Служба доставки на сегодняшний день располагает собственными автомобилями: ТАТА, JAC и «Таврия Пикап». В первую очередь пользуемся услугами крупнейшего в Украине логистического центра КГЦ АО «УкрАВТО». Мы продолжаем следовать ранее заявленным срокам. Доставка по Киеву по-прежнему осуществляется в среднем в течение трех часов с момента поступления заказа, по Украине – в течение 24 часов.

«ЗипАВТО» – лучший дистрибьютор защит картеров «Шериф» и багажников «Атлант» в СНГ

Компания «ЗипАВТО» показала в 2008 году лучшие результаты продаж защит картера «Шериф» и багажников «Атлант» среди всех дистрибьюторов российской компании-производителя «Металлопродукция» на территории стран СНГ. В начале февраля 2009 года сертификат, подтверждающий данный факт, был вручен руководству «ЗипАВТО» представителями ООО «Металлопродукция».

Вадим Кондрашин, руководитель отдела продаж компании «Металлопродукция»: «С компанией ЗипАВТО мы сотрудничаем более четырех с половиной лет. В столь нелегкое для нас время такие высокие и положительные результаты не могут не радовать как нас, так и нашего партнера. Самое главное качество любого партнера – это надежность компании. «ЗипАВТО» представ-

ляет собой подразделение крупнейшей автомобильной корпорации Украины, что, в свою очередь, говорит само за себя. Можно сказать, что «ЗипАВТО» – один из самых надежных и стабильных наших партнеров. Среди основных преимуществ этой компании можно выделить широкий охват рынка Украины, профессиональную организацию трудовых ресурсов и складского комплекса. Все это в комплексе и позволило «ЗипАВТО» стать лидером продаж защит картера «Шериф» и багажников «Атлант» среди всех дистрибьюторов стран СНГ. Надеемся на дальнейшее развитие сотрудничества в этом взаимовыгодном для наших компаний направлении».

– Если говорить о финансовой стороне сотрудничества, что вы можете предложить компаниям, уже выбравшим себе поставщика среди ваших конкурентов? Будете ли бороться за таких клиентов и какими методами?

– Так или иначе, но компаниям, с которыми мы сотрудничаем или планируем сотрудничать, зачастую не связывают себя деловыми отношениями только с одним поставщиком, так как у каждого поставщика есть свои преимущества и недостатки.

Наши клиенты – крупные оптовые компании, универсальные СТО, специализированные станции, автодилеры, автомагазины, АЗС, сетевые розничные магазины, предприятия коммерческо-индустриального направления и др. Для успешной работы с ними в конкурентной среде на внешнем рынке компания ЗипАВТО реализовывает продукцию применяя гибкую систему скидок и условий оплаты для разных сегментов клиентов.

Наша первоочередная задача – обеспечить необходимыми товарами постоянных партнеров, с которыми на протяжении многих лет сложились доверительные и взаимовыгодные отношения. Бороться за компанию, о которых Вы говорите, безусловно, будем. Привлекать новых партнеров мы планируем за счет улучшения сервиса, проведения бонусных программ, оптимизации ассортимента, рекламных акций, донесения потенциальным клиентам преимуществ сотрудничества именно с нашей компанией. В любом случае миссия нашей компании и на текущий год осталась прежней – качественное обслуживание наших клиентов!

Беседовала Зоя Украинская



ляет собой подразделение крупнейшей автомобильной корпорации Украины, что, в свою очередь, говорит само за себя. Можно сказать, что «ЗипАВТО» – один из самых надежных и стабильных наших партнеров. Среди основных преимуществ этой компании можно выделить широкий охват рынка Украины, профессиональную организацию трудовых ресурсов и складского комплекса. Все это в комплексе и позволило «ЗипАВТО» стать лидером продаж защит картера «Шериф» и багажников «Атлант» среди всех дистрибьюторов стран СНГ. Надеемся на дальнейшее развитие сотрудничества в этом взаимовыгодном для наших компаний направлении».

Справка. Компания ЗипАВТО начала сотрудничать с крупнейшим в Восточной Европе производителем защит картера с апреля 2004 года и на данный момент занимается продвижением данной продукции в Украине на правах эксклюзивного дистрибьютора.

Работа с товарами спорадического потребления



Сезонность в покупательной способности может влиять на ваш бизнес даже в том случае, если вы продаете всеми потребляемый и равномерно поглощаемый рынком товар. Как следствие – неравномерность денежных поступлений, возможно, – необходимость сезонного кредитования, дополнительные процентные издержки и прочие сопутствующие проблемы. В большей или меньшей мере сезонность продаж досаждала любому бизнесу. Automotive aftermarket представляет не исключение, а самое что ни на есть правило: в «несезон» спрос на многие группы товаров приходится стимулировать, а во время «пика» – только успевай подвозить...

Первым шагом в процессе разработки ряда основных правил пополнения запасов сезонных и спорадических товаров должно стать отделение товаров регулярного потребления от товаров спорадического потребления. С этой целью стоит составить список всех товаров на каждом складе и выстроить его по количеству продаж товара. Этот процесс обычно называют ранжированием по количеству заявок. В таблице 1 показан пример итогового результата.

Обратите внимание на то, что лишь 2,076 или 12,7% товаров из взятого нами примера в среднем продавались один раз в месяц. Пополнение запасов этих популярных товаров следует организовать таким образом, чтобы максимизировать оборачиваемость запасов (т.е. количество возможностей получить прибыль), сохранив при этом высокий уровень сервиса. В самом деле, большинство книг и статей по управлению запасами посвящены максимизации прибыльности товаров, которые покупатели приобретают чаще всего. Большинство описанных методов, если не все, включают в себя прогнозирование будущего спроса на основе хотя бы частично рассчитанного среднего значения потребления в прошлом. Хотя конкретные вычисления, используемые в разных методиках, могут отличаться друг от друга, большая их часть основана на среднем или взвешенном среднем значении количества проданных товаров за определенный период времени.

Но можно ли использовать те же самые правила для пополнения запасов товаров, которые используются реже, чем раз в месяц? В нашем случае это 14,272 товарных позиции или 87,3% всех товаров на складе! Можно ли определить адекватный уровень запасов таких товаров, основываясь на данных о потреблении в прошлом? Рассмотрим пример. Допус-

тим, товар имеет такую историю продаж, как показано на рис. 1.

В декабре было продано десять единиц товара, еще десять в марте. История продаж позволяет предположить, что когда покупатель заказывает этот товар, он заказывает десять единиц. Однако любой прогноз, в основе которого лежит среднее (или взвешенное среднее) значение потребления в прошлом, даст результат, меньший, чем десять единиц. Чтобы проиллюстрировать эту мысль, используем две распространенные формулы прогнозирования спроса к этой истории продаж:

А. Метод скользящего среднего за шесть месяцев дает средний показатель потребления за последние полгода:

$(10+0+0+10+0+0) \div 6 =$ Прогноз 3,3 единицы за апрель.

Эта цифра значительно меньше типичного объема покупки в десять единиц.

В. Метод взвешенного среднего сокращает вес или существенность ежемесячного потребления за последние пять месяцев при расчете среднего потребления (см. табл. 2)

С. Общее количество, равное 45 единицам, разделено на общий вес, равный 10 единицам, в результате чего прогнозируемый спрос на апрель составляет 4,5 единицы. Эта цифра также значительно меньше объема типичной покупки.

Можно использовать и другие формулы прогнозирования спроса, но результаты, скорее всего, будут те же. Прогнозируемый спрос окажется меньше, чем объем типичной покупки, равный 10 единицам. В результате, наличных запасов не хватит для того, чтобы удовлетворить потребности покупателей.

Омывающая жидкость - образец исключительно сезонного товара. Летом спрос на нее стремится к нулю, а в период осенне-весенней слякоти - к бесконечности.

Товар относят к товарам спорадического потребления, если типичный объем продаж превышает среднее количество проданного товара за месяц. В примере, приведенном выше, типичный объем продаж за месяц составляет 10 единиц товара, тогда как среднее количество проданного товара равно 3,3 единицы в месяц.

Таблица 1

Количество товаров	Количество заявок
2,076 или 12.7%	12 или более
2,501 или 15.3%	6-11
4,120 или 25.2%	2-5
7,651 или 46.8%	Меньше, чем 2

Рис. 1

	Март	Фев	Янв	Дек	Нояб	Окт
Загруженность	10	0	0	10	0	0

Таблица 2

Месяц	Потребление	Вес (существенность)	Итого
Март	10	3.0	30
Февраль	0	2.5	0
Январь	0	2.0	0
Декабрь	10	1.5	15
Ноябрь	0	1.0	0
Итого		10	45

Если запасы товара спорадического потребления следует сохранить на складе, то его параметры пополнения, как правило, нельзя определить путем прогнозирования на основе средних данных о потреблении в прошлом. Гораздо лучше установить минимальное и максимальное количество товара на основе данных об объеме типичных продаж. В нашем примере можно установить минимальное количество, равное 10 единицам, и максимальное, равное 20 единицам. Когда уровень запасов товара опускается до 10 единиц (один объем типичной продажи), делается заявка на допоставку еще одного объема типичной продажи. Если необходимы дополнительные запасы, так как товар является критической деталью (или время получения заказа на допоставку продолжительно или все время меняется), можно установить минимальное количество товара, равное двум объемам типичной продажи. С другой стороны, если вы готовы пойти на риск возникновения дефицита на время, необходимое на допоставку, можно приравнять минимальное количество к нулю. В любом случае, минимальное и максимальное количество этого товара должно определяться, исходя из объема типичной продажи или количества товара, обычно используемого в сборке или процессе.

Как определить объем типичной продажи? Легче всего разделить общее количество единиц проданного товара за последние 12 месяцев на количество запросов то-

вара за тот же период времени. Например:

Единицы проданного товара за последний год = 40 единиц

Число продаж или заявок = 4 единицы

Средний объем продажи = 10 единиц

Средний объем продажи часто оказывается равен объему типичной продажи. Тем не менее точность этого параметра может меняться под влиянием одной или двух необычных сделок. Более точный метод определения объема типичной сделки заключается в том, чтобы ознакомиться с историей продаж товара и выяснить, какое количество товара чаще всего продается или используется.

Бороться с сезонным спадом, стимулируя сбыт, или переждать, сократив запасы, - оба варианта возможны. Гораздо более серьезная задача - подготовиться к пику продаж, чтобы не упустить возможную выгоду и не подвести клиентов.

Хотя товары спорадического потребления не составляют (или не должны составлять) значительной доли всех ваших инвестиций в запасы, удачное управление запасами этих товаров необходимо для того, чтобы поддерживать высокий уровень сервиса. Нет смысла держать такие товары на складе, если вы не поддерживаете их количество на уровне, наиболее часто запрашиваемом покупателями. ■

Рынок АКБ в условиях кризиса: как удержать продажи?



Прежде чем аккумуляторную батарею подключат к электросистеме автомобиля, она проходит путь по цепочке "производитель - поставщик - конечный покупатель". И если в условиях стабильно высоких продаж автомобилей спрос на АКБ был предопределен, то с наступлением тяжелых времен знание факторов, влияющих на потребительские предпочтения, становится залогом поддержания продаж.

В условиях кризиса, когда финансовые ресурсы ограничены, потребитель становится очень чувствительным к цене, притом, что требования к качеству остаются достаточно высокими. Кто же в этом случае выиграет конкурентную борьбу? По мне-

нию **Константина Личманова**, начальника отдела продаж АКБ компании "Агро-Союз", лидерами в новых условиях станут те операторы рынка, которые смогут предложить продукты с наиболее оптимальным соотношением цены и качества. Естественно, это означает

наличие постоянной обратной связи - с производителем, с одной стороны, и покупателями - с другой.

Кто главный?

В цепочке "производитель - поставщик - конечный покупатель" каждое из звеньев имеет своим специфические цели, уверен **Сергей Красников**, специалист отдела маркетинга НАК ISTA. Для производителя - это максимальный объем продаж, для дистрибьюторов и дилеров - минимальные закупочные цены, эксклюзивность товара, для потребителя - минимальная цена и высокое качество АКБ. "Поэтому наша маркетинговая политика выстраивается с целью учета и максимального удовлетворения все звеньев цепочки", - говорит Сергей.

По мнению Константина Личманова, "самое важное звено в цепочке - это потребитель. Именно он через дистрибьюторов выдвигает требования к качеству, техническим и эксплуатационным характеристикам аккумулятора, его внешнему виду, ассортименту. И здесь очень важна обратная связь от производителя к конечному потребителю, оперативная реакция производителя на требования всех звеньев этой цепочки, трансляция оптимальной цены, оптимального качества, оптимальных сервисных условий обслуживания".

Какими же требованиями озадачивает покупатель продавца и производителя? По результатам исследований, проведенных компанией Bosch среди конечных потребителей в Восточной и Западной Европе, прослеживается общая тенденция: с каждым годом конечный потребитель все меньше разбирается в технических и технологических аспектах приобретаемых продуктов, рассказывает **Наталья Ковалева**, менеджер по работе с ключевыми клиентами по АКБ Bosch. При выборе АКБ покупателя, в первую очередь, интересует, соответствует ли предлагаемая батарея спецификации его автомобиля, т.е. будут ли ее характеристики достаточными для надежной работы автомобиля, как при запуске двигателя, так и для питания бортовой сети при включенном двигателе. Чаще всего автовладелец выбирает новый аккумулятор, чтобы он был не хуже предыдущего.

В НАК ISTA следующим образом проранжировали факторы, которые определяют окончательный выбор покупателя из ряда АКБ, рекомендованных для его транспортного средства:

1. Срок службы.
2. Величина пускового тока.
3. Срок гарантии.

Кроме того, замечает г-н Красников, необходимо учитывать психологию связи "продавец-покупатель". Недаром и специалисты из Bosch важным фактором считают мнение "эксперта" о качестве того или иного продукта. Экспертом в данном случае чаще всего выступает продавец в магазине либо механик СТО. Срок гарантии на аккумулятор в немецкой компании также называют важным фактором, поэтому срок гарантийных обяза-

тельств на продукцию Bosch составляет два года с даты продажи непосредственному покупателю.

Также не следует забывать, что покупатель часто ориентируется на бренд и уровень цены как на показатели гарантии качества и надежности продукта.

Безусловно, за последние годы в Украине сформировались определенные потребительские предпочтения в отношении брендов АКБ. И, чтобы добиться признания новой торговой марки на этом рынке, нужно приложить немалые усилия. Так, в прошлом году компания "Агро-Союз" вывела на рынок новый бренд аккумуляторных батарей - Truckman (класс 100% необслуживаемых АКБ), которые производит корпорация "Веста". "Этого производителя особо представлять не нужно, качество продукта говорит само за себя, - говорит г-н Личманов. - Однако нашим продавцам пришлось провести большую работу с покупателями, которые привыкли покупать АКБ "раскрученных" брендов. Сейчас продажи аккумуляторов Truckman выросли в несколько раз - в основном благодаря прямой работе с клиентами и гибкой ценовой политике компании".

Продавец

По наблюдениям специалиста отдела маркетинга НАК ISTA, дистрибьюторами выступают чаще специализированные компании, имеющие в своем ассортименте несколько торговых марок с целью максимального охвата рынка. Увеличивается доля розничных продаж через магазины запчастей. При этом оптовики стараются предложить сопутствующее рекламное, POS или торговое оборудование.

Естественно, каждая компания ищет свою дорогу к сердцу (и кошельку) покупателя, и секреты успеха раскрывает неохотно. Но все же, некоторые "правила игры" эксперты согласились для нас озвучить.

Например, одно из преимуществ корпорации "Агро-Союз" - широта дистрибуции. Эта компания обладает одной из крупнейших торговых сетей в Украине - около 130 филиалов. Такой размах позволяет представить новый продукт одновременно во всех уголках страны. Второй немаловажный фактор, о котором уже говорилось, - налажен-

ная обратная связь производителя с конечным потребителем и всеми промежуточными звеньями цепочки, выработка с их помощью оптимальной цены и сервисных условий обслуживания.

"Если раньше стабильный спрос позволял отдельным дилерам и дистрибьюторам "расслабляться, - замечает начальник отдела продаж АКБ "Агро-Союз", - то сейчас любой сбой по цепочке от производителя к потребителю может крайне негативно сказаться на продажах (и, соответственно, объемах производства) и грозит потерей существенной доли рынка". Ну, и конечно важна репутация: "По своему опыту можем отметить, что репутация компании-поставщика АКБ имеет большое значение. Борьба за покупателя идет не только за счет качества предлагаемых продуктов, а также подключается сервис - в частности, бесплатные консультации по установке и эксплуатации".

В вопросах логистики для компании-продавца особо важными являются такие факторы, как компактность программы АКБ того или иного бренда, а также надежность поставок и оперативность реагирования поставщика на изменения спроса, уверены в Bosch. Дистрибуция АКБ Bosch в Украине организована через несколько крупных компаний-импортеров, которые являются официальными дилерами АКБ Bosch. Осуществляя ритмичные (регулярные) поставки аккумуляторов в Украину в течение всего года, они обеспечивают стабильное наличие всего ассортимента аккумуляторных батарей на рынке, а также обеспечивают поставки аккумуляторов на следующий торговый уровень, т.е. мелкооптовым компаниям, торговым точкам и СТО.

"Идеальная схема сотрудничества всех участников аккумуляторного бизнеса, начиная с производителя и заканчивая продавцом конечному потребителю, заключается в том, чтобы обеспечить стабильное наличие аккумуляторов в точках продажи", - уверена Наталья Ковалева. Ведь в случае отсутствия товара автовладелец однозначно не будет ждать - он просто приобретет аналогичный продукт конкурентного бренда или обратится к другому поставщику.

Виктор Кондратенко

Тонкости маркировки



Производитель аккумуляторной батареи обязан наносить на корпус изделия маркировку, которая должна содержать область применения АКБ, особенности конструктивного исполнения и ряд других параметров, с помощью которых можно определить совместимость батареи с разными моделями автомобилей. В этом деле есть свои тонкости, о которых мы и поговорим...

Для начала внимательно посмотрим на корпус АКБ. Если у вас в руках батарея, произведенная в странах СНГ, то на ней будет «красоваться» обозначение вроде этого: 6 СТ-60 А1.

Первая цифра (6) указывает число последовательно соединенных аккумуляторов в батарее (6 или 3) и говорит о ее номинальном напряжении (12 или 6 В соответственно). Буквы СТ указывают на назначение батареи (СТ – стартерная). 60 – номинальная емкость батареи в ампер-часах (А/ч). А1 – буквы или цифры, которые содержат дополнительную информацию об исполнении батареи (при необходимости) и материалах, примененных для ее изготовления, например: А – с общей крышкой, буква З – залитая и полностью заря-

женная (если ее нет – батарея сухозаряженная), слово «необслуживаемая» – для батарей, соответствующих требованию ГОСТ по расходу воды, Э – корпус-моноблок из эбонита, Т – моноблок из термопластич-

ной пластмассы, М – сепаратор типа мипласт из поливинилхлорида, П – сепаратор-конверт из полиэтилена.

Условное обозначение автомобильных батарей, применяемое большинством европейских производителей, представляет собой пятизначный код по немецкому стандарту DIN (например, 560 19) или девятизначный код по международному стандарту ETN (например, 560 059 042).

В структуре кодов как по DIN, так и по ЕТМ, значение первых трех цифр одинаково. Они показывают номинальное напряжение и емкость батареи. Для 6-вольтовых батарей первые три цифры (от 001 до 499) представляют собой номинальную емкость в ампер-часах. Для наиболее распространенных 12-вольтовых аккумуляторов номинальную емкость можно получить, вычитая 500 из трехзначного числа (от 501 до 799). Таким образом, если первая цифра обозначения равна 5, то емкость батареи – от 1 до 99 А/ч, если 6 – от 100 до 199 А/ч, а если 7 – от 200 до 299 А/ч.

Например, емкость батареи типа 560 19 (по DIN) или 560 059 042 (по ЕТМ) – 60 А/ч. Последние две цифры в обозначении по DIN и вторая тройка цифр в обозначении по ЕТМ характеризуют размеры и тип полюсных выводов, конструкцию крепежных элементов, тип газоотвода, тип крышки, наличие ручек и вибропрочность данного варианта конструктивного исполнения АКБ.

Число из трех последних цифр в обозначении по ЕТН составляет 0,1 от величины тока холодной прокрутки по EN. Для приведенного выше примера ток холодной прокрутки равен:

$$I = 042 \times 10 = 420 \text{ A.}$$

12V – номинальное напряжение аккумуляторной батареи
570 901 076 – код по ETN

AGM HighTec ★ ★ ★ ★ ★

S6 **12V 570 901 076**
760A(EN) 70Ah
0 092 S60 010

760A (EN) – пусковой ток аккумуляторной батареи по стандарту EN
70 Ah – номинальная емкость аккумуляторной батареи (А/ч)

0 092 S60 010 – полный* каталожный номер Bosch

*короткий поисковый номер **S6 001** также находится на этикетке

Ток бывает разный?

Кстати, пусковой ток и маркировка его величины стоят отдельного разговора. Ведь это одна из важных характеристик аккумулятора наряду с напряжением и емкостью, и показывает она, какой величины ток может дать батарея при запуске двигателя. Чем выше пусковой ток аккумулятора, тем быстрее можно запустить двигатель, что особенно важно зимой, а также для дизельных автомобилей. Сила пускового тока зависит от площади поверхности активного материала (пластины), которая реагирует с серной кислотой, содержащейся в электролите.

На аккумуляторах он может быть указан по четырем разным системам: ГОСТ (на отечественных), EN (стандарт единой Европы), SAE (американский стандарт) и DIN.

1. Немецкий стандарт DIN (Deutsche Industrie Norm). Во время испытаний аккумулятор разряжают при 18°C в течение 30 с до напряжения не ниже 9,0 В.

2. Международный стандарт IEC (International Electrotechnical Commission) обычно используется в Европе. Аккумулятор разряжают при 18°C в течение 60 с до напряжения не ниже 8,4 В.

3. Американский стандарт SAE. Аккумулятор разряжают при 18°C в течение 30 с до напряжения не ниже 7,2 В.

4. Европейский стандарт EN (Euro Norm). В русле унификации национальных стандартов в Европе вводится новый единый стандарт EN —

Посчитаем?

Сергей Прибыловский, продукт-менеджер компании «Владислав»:

— Большинство европейских и значительная часть азиатских производителей руководствуются промышленным стандартом Германии DIN 43539 часть 2, который оговаривает два основных параметра: емкость батареи в ампер-часах при температуре +25°C и ток стартерного разряда в амперах при -18°C.

Американские производители используют стандарт SAE J537g (входит в международный стандарт IEC). Он определяет два основных параметра: резервная емкость, измеряемая в минутах при температуре +27°C, и ток холодной прокрутки в амперах при -18°C. Стандарт SAE не предусматривает измерение емкости батареи в ампер-часах, и в этом его отличие от DIN.

Стандарт DIN рассматривает способность батареи к длительным разрядам меньшими токами, а SAE — к разряду большими токами, но за меньший отрезок времени, в течение которого аккумулятор способен давать ток 25 А (фактически подменять собой генератор).

60095-1/93. В нем используется такая методика измерения тока разряда: аккумулятор разряжают при температуре 18°C в течение 10 с до напряжения не ниже 7,5 В.

Не каждый автолюбитель может понять, в чем различие тока разряда по DIN или ТУ (Россия) от тока разряда по SAE или EN. Внешне очевидно, что значение тока по SAE или EN существенно больше, чем по ТУ или DIN. При разряде этими токами на полюсных выводах АКБ предполагают разные по величине напряжения. Этим пользуются некоторые фирмы, рекламируя свои аккумуляторы. Они утверждают, что их АКБ при равной емкости имеют пусковой ток выше, чем у аналогов. При этом, естествен-

но, забывают указать, что пусковой ток их батарей измерен, к примеру, по американскому стандарту SAE, а пусковой ток АКБ конкурентов — по немецкому DIN. Такой манипуляцией маркировками можно ввести в заблуждение потребителя. Между тем существует эмпирическая формула для пересчета пусковых токов. Для батарей емкостью до 90 А/ч используется коэффициент 1,7, т. е. величина тока по SAE = 1,7 * величину по DIN, для батарей емкостью от 90 до 200 А/ч используется коэффициент 1,6, т. е. SAE = 1,6 * DIN. Для пересчета разрядного тока EN в DIN необходимо разделить величину тока EN на коэффициент 1,7.

Подготовил **Виктор Кондратенко**

ISTA получила сертификат ISO/TS 16949:2002

НАК ISTA 29 декабря 2008 года получила сертификат ISO/TS 16949:2002. Органом по сертификации выступила известная международная компания Moody International Certification GmbH (Германия). Получение сертификата подразумевает ежегодный аудит специалистами этой фирмы.

Для подготовки к сертификации была проведена большая организационная работа по совершенствованию структуры управления и подготовки персонала. Ведущие специалисты предприятия прошли обучение в центре "Приоритет" (г. Нижний Новгород). Подготовка специалистов на предприятии проводилась представителями харьковского центра качества. Для совершенствования технологического процесса производства было приобретено специальное современное оборудование на линии сборки и формирования заряда аккумуляторных батарей. Специалистами проведена работа по пересмотру технологических инструкций, оптимизации параметров технологического процесса, разработке и внедрению новых технологических и контрольных карт и др. Были внедрены статистические методы контроля и анализа как производимой продукции, так и работы оборудования. В системе производства задействован

целый комплекс мероприятий предупредительного контроля и мониторинга работы и состояния технологического оборудования. На предприятии вошло в практику регулярное обучение рабочих и проверка знаний выполнения операций технологического процесса.

Корпорация рассматривает соответствие стандарту ISO/TS 16949:2002 как залог востребованности и конкурентоспособности на международном автомобильном рынке.





Ампер-часы как товар

С тех пор, как Гастон Планте в 1859 году представил Французской Академии наук первый кислотный аккумулятор, прошло 150 лет. Всего за «каких-то» 50 лет он превратился из игрушки в чрезвычайно полезную вещь. Взяв старт с эксклюзивного «Кадиллака», стал необходимой деталью, без которой современный автомобиль не обходится. Именно поэтому аккумулятор – завсегдатай на полках автомобильных магазинов.

Товаровед не должен быть почти семи пядей во лбу, чтобы аккумуляторы приносили прибыль – достаточно следовать несложным правилам. Прежде всего, необходимо выбрать бренд. А сделать выбор из полусотни торговых марок (от самых именитых до «однодневок») очень непросто. На нашем рынке представлены батареи со всего мира – от Америки до Китая. Позиции местного производителя также сильны. «Премиальный сегмент» в Украине представлен широко известными марками – Varta и Bosch. Современные технологии, широчайший ассортимент, гарантированные показатели и

долговечность, внимательное отношение к потребителям и торговой сети – то, что отличает этот сег-



мент от других. Естественно, это отражается на цене. Стоит заметить, что почти 90% мировых продаж аккумуляторов в 2007 году приходилось на четыре крупные транснациональные корпорации: Johnson Controls (которой и принадлежит бренд Varta), Exide Technologies, Delphi Corporation и East Penn Mfg (марка Deka). Исторически сложилось так, что головные холдинги глобальных структур находятся в США.

Сегмент «стандарт» – это широко известные марки, обладающие своей историей и усредненными показателями. В нижнем разделе этого сегмента работают украинские производители («Иста», «Веста», «Владар» и другие). Украинские производители широко используют практику «бедж-инжиниринга» – практически одинаковая продукция отличается только наклейками. Представлены также в этом сегменте и крупные корпорации. Например, Johnson Controls работает с торговой маркой Perion. Достаточ-

но сильны позиции брендированной продукции из России, Польши, Турции, Испании и Италии – марки «Старт-Бат», «Исток», Mutlu, Tudor (Exide), Topla (Словения), Midac (Италия) и другие хорошо известны нашим потребителям.

Отдельно необходимо упомянуть об оригинальном решении Varta – серия Dynamic Trio предлагает высококачественную продукцию сразу в двух сегментах. Для среднего сегмента предлагаются аккумуляторы в исполнении Black Dynamic по вполне конкурентоспособной цене (производитель в качестве ориентира указывает бензиновый VW Golf II-III). Для более свежих автомобилей (бензиновых и дизельных) – исполнение Blue Dynamic (VW Golf III-IV), а для современных (VW Golf V-VI) – исполнение Silver Dynamic. Топ-продукт – аккумуляторы Ultra Dynamic – представляют собой бескомпромиссное решение, которое обеспечивает чрезвычайно большой срок службы и максимальную мощность. Подробнее об этих аккумуляторах – см. врезку.

Нижний сегмент представлен продукцией, которая соответствует (если соответствует) минимальным требованиям к АКБ – для «Жигулей» они еще подойдут, а вот для современной иномарки стоит предпочесть другой товар. В этом сегменте представлена продукция как Украины и России, так и Турции, Польши и других стран.

Подтверждением такого сегментирования являются продажи – больше всего продаются АКБ из среднего сегмента (в количественном выражении). В сегменте батарей для мотоциклов, лодок, снегоходов и скутеров ситуация совершенно другая. Считается, что аккумуляторы китайского производства уже могут обеспечить высокое качество при низкой цене. Однако опытные пользователи все чаще и чаще делают выбор в пользу товара премиум-сегмента.

В отношении продукции отечественного производства – ввиду направленности «Владислава» на работу с товарами только «премиум-класса», мы практически не сталкиваемся вплотную с этими товарами. Однако видим, как отечественные производители перенимают европейские технологии и проводят агрессивные маркетинговые мероприятия. Но до сих пор единственным преимуществом является только низкая цена.

Продукция Varta – для каждого автомобиля

Серия Ultra Dynamic – бескомпромиссное решение!

- Чрезвычайно большой срок службы благодаря технологии AGM.
- Высокое качество.
- Максимальная мощность для очень высокого энергопотребления.
- Максимальная виброустойчивость и защита от вытекания.

Ultra Dynamic – лучший выбор для случая максимального энергоснабжения и оптимальной пусковой мощности. Благодаря передовой технологии AGM эта батарея практически не имеет себе равных и успешно справится с любой дорожной ситуацией. Идеально подходит при коротких поездках, поездках с частыми остановками или при высоком энергопотреблении во время работы при остановке.

Обращаем внимание, что батарею AGM обязательно нужно заменить новой батареей AGM, особенно в автомобилях с функцией старт/стоп.

Серия Silver Dynamic – максимальная мощность для максимальных запросов!

- Для автомобилей с очень высоким требованием мощности.
- Идеально подходит для большого количества потребителей электроэнергии.
- Продукт высокого класса.
- Оптимальный выбор для дизельных двигателей.
- Продолжительный срок службы благодаря технологии PowerFrame.

Silver Dynamic обеспечивает надежное энергоснабжение при очень энергопотреблении, демонстрирует чрезвычайно высокую мощность холодного пуска даже в экстремальных условиях и максимальную резервную емкость. Характеристики мощности превосходят требования международных автопроизводителей.

Серия Blue Dynamic – мощный универсал, отличное соотношение цены и производительности.

- Для автомобилей всех классов;
- Надежная, улучшенная мощность;
- Лидер продаж на рынке;
- Продолжительный срок службы благодаря технологии PowerFrame.

Blue Dynamic – лидер продаж благодаря удачному сочетанию высокой надежности и прекрасных показателей емкости, холодного пуска и безопасности. Рекомендуются также при наличии дополнительного электрооборудования.

Серия Black Dynamic – инновационная технология для стандартного решения.

- Для автомобилей в стандартной комплектации;
- Рациональная емкость и стартерный ток;
- Высокая надежность и достаточная мощность;
- Продолжительный срок службы благодаря технологии PowerFrame.

Black Dynamic – идеальное решение для автомобилей в стандартной комплектации и небольшим энергопотреблением. Инновационная технология с солидной мощностью и большим сроком службы разработана для экономных покупателей, которые ценят высокое качество, надежность и мощность аккумуляторов Varta.

Выбирают по одежке?

Современные технологии производства аккумуляторов позволяют автоладельцу «забыть» о нем на 5-7 лет. Для этого всего лишь нужно, чтобы электросистема автомобиля была исправна, да соблюдать несложные правила ухода за АКБ. Однако рано или поздно перед потребителем встает вопрос приобретения новой АКБ. Логику потребителя понять несложно: если ресурс предыдущего аккумулятора не оправдал ожиданий, то предпочтения при покупке склоняются в сторону именитых брендов. В противном же случае будет куплен такой же, или, ес-

ли бренд сформирован по географическому признаку, произведенный в том же городе или в той же стране. Этим пользуются продавцы и под именем, например, вполне приличного Mutlu пытаются продать продукцию безвестного турецкого производителя. Любопытный факт – бренд «Иста» во многом устранил существовавшее в свое время недоверие к украинским батареям на рынке России. На этой волне другие производители смогли наладить свои продажи гораздо меньшими усилиями, чем первопроходцы.

Однако в последнее время наблюдается следующая тенденция: при

Шаги прогресса: новая технология PowerFrame от Varta

Аккумуляторная батарея характеризуется, прежде всего, мощностью и надежностью. Благодаря бескомпромиссной философии качества, Varta является лидером и продолжает совершенствовать свой продукт. Новейшее достижение – технология PowerFrame – следующий шаг в эволюции современных аккумуляторов. Теперь Varta – еще более мощная и надежная батарея, которая готова долго и безотказно обеспечивать мобильной энергией.

PowerFrame – это несколько инноваций в одной: срок службы, мощность холодного пуска, расход энергии – практически каждый важный аспект батареи существенно улучшен. Важной особенностью является запатентованная технология изготовления положительной решетки – оригинальная конструкция обеспечивает значительную прибавку в мощности. Высокая точность в производстве гарантирует стабильное качество и большой срок службы.

Преимущества PowerFrame потребитель ощущает при холодном пуске или при большом количестве потребителей электроэнергии на борту: все работает без каких-либо проблем. Кроме этого, устранено слабое место батареи: короткий срок службы по причине разрушения положительной решетки в процессе эксплуатации. Благодаря тому, что все места на пластине, подвергающиеся повышенной нагрузке стали более прочными, батарея не грозит преждевременный выход из строя. Технология PowerFrame используется в производстве всех автомобильных аккумуляторов серии Trio Dynamic с 2008 года.

ровал за счет своего складского запаса. Во времена дефицита, производитель мог себе позволить требовать от своих покупателей равномерные заказы по всему году – причем заказывать надо было на весь год. Ошибка менеджера отдела закупок могла стоить очень дорого. К счастью (или несчастью), во время кризиса поставки на конвейер значительно сократились, и производитель стал уделять больше внимания вторичному рынку. Теперь наши заказы точнее отражают наши потребности, а размер склада снизился.

Наряду с сезонным изменением спроса на АКБ, производитель является заложником изменения стоимости свинца на мировых биржах. Монополизм производителей свинца (основные – Китай и США), спекуляции на бирже и рост объемов потребления свинца в Китае, привел к значительному удорожанию сырья за последние несколько лет.

Особенностью продаж АКБ (по сравнению с другими запчастями) является то, что львиная доля АКБ продается через специализированные магазины и точки на рынках. Чаще всего эти магазины специализируются еще и на шинах – такой тандем товаров позволяет им сгладить сезонные колебания продаж.

На страже ампер-часов

Стартерные аккумуляторные батареи включены в список товаров, подлежащих обязательной сертификации. Все АКБ, продаваемые в Украине, дол-

выборе потребитель больше доверяет рекомендациям друзей и продавцов в магазине (не забывая и о своем опыте). Именно в этом направлении оптовику надо приложить максимум усилий, чтобы продавец знал, что сказать, а товар был в наличии.

Компания «Владислав» регулярно проводит технические тренинги с участием технических специалистов Varta, акции и участвует в оформлении мест продаж.

Поскольку цена товара достаточно велика, то немаловажным фактором при выборе является гарантийная поддержка. Только серьезные торговые марки предоставляют реальную гарантию. Кстати, серьезным отличием АКБ от других запчастей, является тот факт, что гарантия предоставляется только при полностью исправной электросистеме автомобиля, поэтому оптовому продавцу нелишним будет обучить продавцов правилам гарантии и периодически контролировать их знания – тогда 80% претензий просто не будет возникать.



Пора собирать урожай?

Аккумулятор – сезонный товар, пики изменения температуры соответствуют пикам продаж. Низкая температура, также как и высокая, способствует выходу АКБ из строя. И потребитель, считая, что с заменой аккумулятора он точно уж справится, спешит не на СТО, а в ближайший магазин. И здесь магазин должен не подвести и предложить товар на выбор.

До недавнего времени «Владислав», работая с таким крупным производителем как Varta, все сезонные всплески продаж регули-

Компания производитель:
Официальный сайт производителя:
Представленная продукция:

Varta Autobatterie GmbH
www.varta-automotive.com
Аккумуляторы для легковых
и грузовых автомобилей, мототехники

Varta (Германия) является бесспорным лидером в производстве автомобильных аккумуляторов как для первичной комплектации, так и при поставках на вторичный рынок. Бренд Varta принадлежит компании VB Autobatterie GmbH, которая, в свою очередь, принадлежит корпорации Johnson Controls Inc. (80%, США) и Robert Bosch GmbH (20%, Германия).

Предприятие Varta было основано в 1887 году в Ганновере. Само слово Varta расшифровывается как «Vertrieb-Aufladung-Reparatur Transportable Akkumulator», то есть «Продажа-Зарядка-Ремонт Переносных Аккумуляторов». Сегодня Varta производится на семи заводах, расположенных в пяти европейских странах: Германии, Франции, Испании, Австрии и Чехии. Центральный офис фирмы находится в городе Ганновере. Там же находится и самый крупный и наиболее технически совершенный завод.

Вся продукция удовлетворяет современным требованиям производителей автомобилей, а все производственные подразделения сертифицированы на соответствие требованиям ISO 9001 и QS 9000. Третью выпускаемой продукции составляет на комплектацию сборочных конвейеров всем крупным производителям автомобилей Европы.



жны соответствовать ГОСТ 29111-91 «Свинцово-кислотные стартерные батареи», ГОСТ 959:2006 «Батареи аккумуляторные свинцовые стартерные для автотракторной техники. Общие технические условия» и ГОСТ 12.2.007.12-88 «Источники тока химические. Требования безопасности».

За рубежом руководствуются, в основном, двумя стандартами: в Европе и Азии – промышленным стандартом Германии DIN 43539 (ему на замену приходит единый европейский стандарт EN – 60095-1/93), в США – стандартом SAE J537g.

К сожалению, даже самые жесткие стандарты не защищают от контрафактной продукции. Пока, к счастью, большинство поддельных автомобильных аккумуляторов можно отличить по посредственному качеству корпуса. Также на большинстве подделок отсутствует информация о стране и заводе-изготовителе, а также дата выпуска. Для того чтобы исключить возможность приобретения подделки, мы рекомендуем покупать аккумуляторы у официальных дилеров или их представителей и обязательно требовать гарантийный талон.

Косвенным свидетельством качественной продукции является сертификация производственных предприятий на соответствие требованиям ISO 9001 и QS 9000, а также наличие поставок выпускаемой продукции на сборочные конвейеры производителей автомобилей.

В итоге

В связи с кризисными явлениями, в том числе и в нашем секторе, мы прогнозируем общий спад продаж с одновременным перераспределением веса каждого сегмента.

Отечественных производителей,

особенно тех, кто ориентирован только на автомобильный рынок (читай свинцово-кислотные аккумуляторы), ждут времена тяжелых испытаний. Кстати, не только отечественных – в конце 2008 года в Европе прокатилась волна банкротств мелких и средних производителей АКБ.

В связи с уменьшением поставок на конвейер мировые лидеры переключаются на вторичный рынок – и здесь они имеют сильные козыри,

прежде всего в технологиях, а также в возможностях изменения цен путем продвижения «запасных» брендов.

Задача оптового продавца останется такой же – обеспечить качественный сервис для мест продаж и достойное продвижение бренда. Компании «Владислав» это по силам!

Сергей Прибыловский
продукт-менеджер компании
«Владислав»

Причины выхода из строя аккумулятора

Производственные дефекты появляются, как правило, в течение первых месяцев эксплуатации батареи. Если гарантийный срок не истек и есть подозрение, что неисправность батареи появилась по вине производителя, необходимо обратиться в организацию, у которой и был приобретен аккумулятор. При этом надо иметь кассовый или товарный чек, а также гарантийный талон с датой продажи и наименованием организации-продавца. Обязательное условие – в талоне должны быть указаны характеристики батареи на момент продажи – для необслуживаемой батареи – это напряжение на холостом ходу, напряжение при 3000 об./мин., падение напряжения при запуске, ток утечки и т.д. Также при проведении экспертизы необходимы и сам автомобиль.

В мастерской должны установить причину неработоспособности АКБ или снижения ее характеристик. Результаты исследования батареи заносятся в гарантийный талон, и если дефект производственный, то АКБ подлежит замене.

Наиболее часто встречающиеся эксплуатационные дефекты являются результатом небрежной эксплуатации батареи на автомобиле. Основные нарушения: не осуществляется контроль над уровнем электролита, напряжением и состоянием электрооборудования. Эти дефекты делают батарею практически не пригодной к дальнейшему применению.

Низкая степень заряженности (менее 75 %) – наиболее часто встречающаяся претензия. Она может являться следствием:

- Слабого натяжения ремня привода генератора.
- Неисправности генератора и регулятора напряжения (при работающем двигателе на выводах батареи напряжение составляет менее 13,9 В).
- Неисправности стартера, приводящие к увеличению силы тока, которую он потребляет, или повторению попытки пуска двигателя.
- Окисления клемм соединений силовых проводов, что ухудшает работу стартера или заряд батареи (их необходимо смазывать техническим вазелином).
- Постоянного использования при стоянии в пробке мощных потребителей электроэнергии (например, обогревателя заднего стекла). Генератор не всегда может обеспечить их работу на холостых оборотах двигателя, поэтому АКБ разряжается.
- Регулярных многократных прокручиваний коленвала двигателя (неудачные попытки пуска) при последующем кратковременном движении. Генератор не успевает достаточно зарядить батарею.

Особенности учета автозапчастей



Казалось бы, что особенного в ведении учета автозапчастей, что отличает его от учета других товаров? На этот и на другие вопросы мы постараемся ответить в этой статье. И, прежде всего, необходимо определить основные характеристики автозапчастей как товара, и его отличие от других.

Первая и наиболее важная особенность автомобильных запчастей как товара – это его жесткая привязанность к конкретной модели или марке автомобиля. Практически все виды автозапчастей, будь то масляной фильтр или шаровая опора, подходят к одной или нескольким моделям автомобиля, но очень редко к нескольким маркам. В связи с этим автозапчасти продаются в небольших количествах. Да и цена на отдельные виды автозапчастей в среднем велика. Вот и получается, что в магазинах автозапчастей количество проданного товара можно посчитать поштучно.

Второй особенностью является то, что данный вид товара относится к сезонным товарам, т.е. в зависимости от времени года спрос на отдельные виды автозапчастей меняется. Особенно ярко выражена сезонность в автохимии, шинах, аккумуляторах.

Поэтому, вряд ли стоит кого-то

убеждать в том, что для правильной и быстрой реакции на изменение спроса на автозапчасти и автохимию, а также и подготовки к встрече нового сезона с полным ассортиментом нужных товаров просто необходимо вести точный их учет. В наше время записи в амбарных книгах о движении товаров и попытки ориентироваться на собственную интуицию – это все равно что догонять болид Формулы 1 на собачьей упряжке.

Еще одна важная особенность автозапчастей как товара, это существование множества фирм-производителей, изготавливающих аналогичные товары. Такие автозапчасти ничем не отличаются друг от друга. Разница лишь в цене, упаковке, популярности и известности производителя и, конечно же, качестве.

И, наконец, спрос на автозапчасти зависит от модельного ряда, возраста и количества автомобилей в городе.

В связи с этими особенностями то-

вара возникает ряд проблем с созданием справочников. И самым важным здесь является деление товара на группы. Как показывает практика, нет смысла делить запчасти на группы по автомобилям, поскольку в дальнейшем будет сложно строить отчеты по продажам по группам автозапчастей. Такая информация будет ненаглядной и, соответственно, не будет представлять особой ценности для анализа. Лучше всего группировать автозапчасти по применимости в тех или иных узлах автомобиля.

Наиболее разумным решением этой проблемы будет подключение к системе учета каталога крупного производителя или крупного поставщика. Еще один вариант – взять деление из бумажного каталога, тогда вам не придется «открывать Америку», и можно будет перейти ко второму этапу работы – созданию единой кодировки товаров.

Единая кодировка товаров необходима, т.к.:

Во-первых, как правило, магазин работает с несколькими производителями, а у каждого производителя своя кодировка товара.

Во-вторых, в системе учета один и тот же товар (пусть даже разных производителей) должен быть под одним кодом, чтобы не надо было искать под разными кодами в системе.

Конечно, можно самостоятельно создать свою кодировку товаров и приходить автозапчасти под своим кодом, но лучше всего брать кодировку производителей или поставщиков, т.е. «равняться на тех, кто сверху». Ведь при заказе партии товаров поставщикам коды товаров должны соответствовать, в первую очередь, их системе, а не вашей.

Таким образом, при принятии решения о единой кодировке лучше воспользоваться уже готовыми электронными или бумажными каталогами производителей. Идеальным вариантом является использование электронных каталогов.

Итак, вы составили единую кодировку товаров

Теперь все автозапчасти, автохимия и аксессуары имеют свой код. Но что же делать, если один и тот же товар приходит по разным ценам или имеет разные единицы измерения? Решить этот вопрос поможет система учета, поддерживающая ввод аналогов. На первый взгляд, ввод аналогов может показаться неудобным, т.к. кроме информации о самом товаре, приходится вводить еще и его аналоги, но в дальнейшем будет легче вести учет.

Если в системе учета используется кодировка товаров через аналоги, тогда обязательно нужно указывать при оприходовании товара производителя, чтобы остатки товаров не путались. Ведь, как правило, под одним кодом находятся аналогичные товары по разным ценам. При таком ведении учета появляется возможность построения отчетов о движении товаров и об изменении спроса в разрезе по производителю.

Примеры использования аналогов

Пример первый: полностью аналогичный товар, но разных производителей

Пример товара: Фильтр масляный Audi Volkswagen 1.3 1.6 1.8 2.0. Но это может быть и другая деталь, главная особенность в том, что применимость этого наименования одна, причем на одних и тех же автомобилях.

Получается, чтобы в программе этот фильтр был занесен только один раз, т.е. не было бы путаницы при поиске его на складе, надо либо выбрать кодировку одного из производителей, либо придумать свою, а коды всех производителей записать в аналоги (табл. 1).

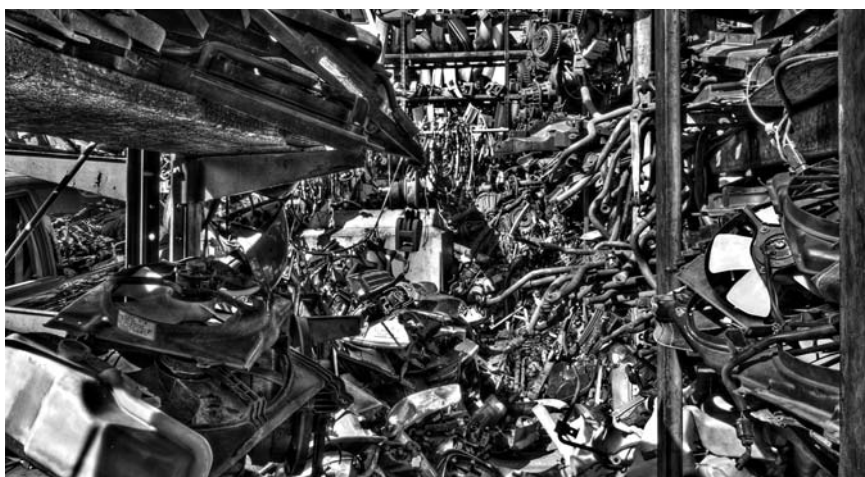
Пускай мы выбрали кодировку фирмы Champion, тогда в системе учета в качестве основного кода мы

Таблица 1

РАЗНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ	
Производитель	Код производителя
Champion	C160
FRAM	PH2870A
KS	KS-073-OS
FIAAM	FT4862
TEHO	31-4073
UFI	23.130.01

Таблица 2

Код товара	Наименование	Фасовка	Аналоги
YYY-005-1	TEBOIL SILVER 1л	1	YYY-005-4; YYY-005-10
YYY-005-4	TEBOIL SILVER 4л	4	YYY-005-1; YYY-005-10
YYY-005-10	TEBOIL SILVER 10л	10	YYY-005-4; YYY-005-1



Тоже вариант хранения товара. Но, наверное, не лучший...

подставляем «C160», а лучше «XXX-160» где «XXX» номер группы «Фильтры масляные». А все остальные коды пишем в список аналогов.

Теперь при работе с системой учета мы будем точно знать, сколько у нас в остатке фильтров на указанный автомобиль. Если же нам надо будет узнать детальную информацию о том, фильтры какого именно производителя у нас есть, то система учета ее предоставит, но при вводе приходных накладных необходимо обязательно указывать производителя товара чтобы эта информация не потерялась.

Преимущество такого учета:

– Точная информация об остатках данного товара, независимо какого он производителя.

– Информация о переводе кодов одних производителей в коды других, что очень необходимо при поиске детали.

– Остаток и цены можно искать по любому из кодов.

Недостатки:

– Если важно знать, кто производитель, необходимо при оформлении товара его указывать.

– Возможно, придется в магазине на товар наносить маркировку в

виде кода основного производителя.

Пример второй: один и тот же товар, но разная фасовка или комплектация

Пример товара: Масло моторное TEBOIL SILVER, канистры 1л, 4л, 10л.

В данном случае у нас три канистры с одинаковым наполнением, но разного объема. Как лучше поступить в этом случае? Также как в первом примере поступать нельзя, т.к. фасовка различна.

Пусть все масло у нас в группе товаров YYY, подкод масла TEBOIL SILVER будет 005, получим данные, как показано в таблице 2:

Также в аналоги можно внести оригинальные коды производителя.

Получится, что при поиске по части кода YYY-005 нам система выдаст информацию об остатках этого масла независимо от емкости. При поиске по коду YYY-005-1 без учета аналогов мы получим информацию об остатках литровых канистр. При поиске же с учетом аналогов мы получим информацию об остатках искомой фасовки плюс информацию о том, что есть и другие емкости.

Это самый простой случай, а может оказаться так, что есть масло другого производителя, но полностью аналогичное по составу, тогда и код этого масла можно записать в аналоги и при поиске в остатках мы будем точно знать, что есть заменители.

Преимущество такого учета:

– Облегчение поиска и подбора товара.

– Наличие точных данных о совместимости.

Недостатки:

– При формировании справочников необходимо учитывать все аналоги.

По материалам tradesoft.ru

Восстановленные запчасти: мифы и реалии



Бытует мнение, что восстановление запчастей – убыточная и бесперспективная деятельность. Попробуем разобраться в существующих убеждениях и найти истину.

Восстановление запчастей и целых агрегатов – комплекс технологий, существующий с первых дней профессионального авторемонта. Капитальный ремонт двигателя, по сути, – ни что иное, как его восстановление. Восстановлению подвергаются множество компонентов: рулевые рейки, распредвалы, бензонасосы, ШРУ-сы, диски и корзины сцепления, тормозные суппорты, стартеры, генераторы, кондиционеры, пневматические тормоза, топливные насосы, помпы систем охлаждения, детали подвески и рулевого управления и многое другое.

Тем не менее существует ряд заблуждений, касающихся этой деятельности. Мнения различны и противоречивы. Что же думают профессионалы?

Своими соображениями по вопросу целесообразности восстановления автозапчастей делится директор автосервиса «М-клуб» **Юрий Стрельцов**: «Заниматься на своем предприятии восстановлением запчастей я не готов – это абсолютно нерентабельно и нецелесообразно. Купить хорошие китайские запчасти проще и дешевле,

чем восстановить деталь, да и по качеству китайские запчасти не уступают восстановленным».

Подобный настрой – не редкость: участники авторемонтного бизнеса не питают доверия к восстановленным запчастям. Производители же агрегатов и запчастей и вовсе настроены негативно. Быть может, дело в том, что восстановленные запчасти создают конкуренцию?

Александр Румянцев, начальник отдела конъюнктуры рынка завода ЗМЗ (производство стартеров и генераторов) о восстановленных запчастях говорит следующее: «После восстановления стартеров и генераторов вероятность выхода их из строя значительно возрастает, и каждый уважающий себя автомобилист прежде хорошо подумает, покупать или не покупать такую деталь. Данное явление, на мой взгляд, не будет иметь широкого распространения».

Пока восстановление автомобильных запчастей считается у нас невыгодным занятием. Тем не менее в странах Запада и Европы оно завоевывает большую популярность.

Проблема в том, что сегодня нет

четкого понимания и каких-либо договоренностей среди профессионалов, какие запчасти называть восстановленными, а какие – отремонтированными. Это создает путаницу в часто употребляемых терминах и понятиях, тем более, если речь идет о качестве запчастей.

Миф первый: качество восстановленных деталей существенно ниже новых

Для того чтобы развеять или подтвердить этот миф, обратимся к международной классификации методов восстановления запчастей.

Как отметил **Юрий Стрельцов**, «...человеческий фактор – препятствие, мешающее отечественным заводам производить восстановление запчастей. Мы пробовали работать с несколькими заводами, перебирающими двигатели; качество их работы оставляло желать лучшего. В результате мы отказались от этих услуг. Что же получалось бы на заводе, занимающемся восстановлением запчастей масштабно? Нам пришлось работать с запчастями, восстановленными в Японии, нареканий к ним никаких не было».

REBUILT («восстановленные»). Считается самым популярным способом восстановления автокомпонентов. Осуществляется как на крупных предприятиях со сво-

им производством, так и в маленьких специализированных мастерских. Агрегат разбирается, его корпус очищается пескоструйным аппаратом. Неисправные детали заменяются новыми, как правило, не оригинальными, а более дешевыми; старые же детали очищаются и могут быть использованы повторно. У нас мало компаний, практикующих этот вид восстановления; они давно существуют на рынке и имеют налаженные контакты с производителями.

RECONDITIONED («отремонтированные»). В процессе восстановления агрегатов не используется сложное технологическое оборудование. Корпус детали, как правило, очищается металлической щеткой и покрывается «серебрянкой», на место сломанных деталей ставятся новые, неоригинальные либо бывшие в употреблении, но прошедшие проверку комплектующие. Полной замене подлежат только интенсивно изнашиваемые детали – подшипники, втулки, щетки и т.д. Упаковка и сопроводительные инструкции отсутствуют. Этот метод восстановления очень популярен у нас; в Европе или США – не распространен.

Здесь необходимо провести черту и условно разделить восстановленные запчасти на «надежные» и «ненадежные».

Запчасти, получаемые перечисленными выше видами восстановления, неплохие, не уступающие порой по качеству новым запчастям. Производители дают на них гарантию, они выполнены из качественных комплектующих. Перечисленные же ниже способы восстановления являются причиной в целом негативного отношения к восстановленным запчастям.

REPAIRED – «отремонтированные» запчасти, на которые новые комплектующие не ставятся вообще, взамен используются исправные рабочие детали с других агрегатов. Другими словами – из двух-трех неисправных агрегатов собирается один рабочий. Такой вид восстановления был самым распространенным в девяностые годы.

USED – «бывшие в употреблении». Детали, снятые на авторазборках с неисправных и разбитых машин. Агрегаты в этом случае не

Елена Чибисова, представитель GKN в России:

– Новые детали для старых автомобилей производить в малых количествах невыгодно, поэтому в Европе принято забирать из автосервисов вышедшие из строя запчасти, которые отправляют на фабрики для восстановления. Специалисты сразу определяют – подлежат они восстановлению или нет. Эти детали подвергаются чистке, разборке и сортировке. Пригодные для восстановления детали берут в работу, и они попадают в монтажный цех. При этом для приводных валов используются новые детали и отдельные компоненты.

Гарантия на восстановленные запчасти такая же, что и на новые, они проходят те же самые проверки, срок службы одинаковый.

Качество дешевых китайских запчастей (например, ШРУСов) не может быть лучше качества восстановленных деталей, которые проходят серьезную проверку в специальных лабораториях. Поэтому восстановление данных деталей силами автосервиса невозможно. В условиях автосервиса деталь можно лишь осмотреть, промыть, очистить, затем выяснить – стоит ли с ней работать.

Качественное восстановление деталей возможно только на фабрике. Надеюсь, что в будущем это будет возможно делать и в России. А пока необходимо наладить процедуру импорта-экспорта, тогда и в тут можно будет собирать комплектующие и отправлять в Европу для восстановления.

Всем известна проблема с рулевыми рейками. Пока мы не можем поставлять эту продукцию не только из-за высокой залоговой стоимости, но и потому, что не имеем возможности получать залоговые детали обратно.

диагностируются, упаковка и наклейки отсутствуют.

Становится очевидным следующий факт: чем более качественное оборудование и детали используются в технологии, тем надежнее восстановленный агрегат.

Миф второй: китайские аналоги – достойная альтернатива восстановленным запчастям

Часто клиенты не хотят использовать восстановленные запчасти, для них выгоднее купить китайские аналоги. Как показывает практика, в Китае производитель производи-

телю рознь. Те, что работают на мировом рынке, действительно не уступают по качеству «родным», но их цена лишь слегка ниже западных аналогов и уж точно сравнима с ценой восстановленных запчастей.

Что же касается остального китайского производства, то здесь речь идет о так называемом контрафакте, и за качество подобной продукции ручаться вряд ли кто-либо может. Информация о технических характеристиках такой продукции отсутствует вовсе или не соответствует действительности.

Татьяна Закревская продукт менеджер департамента автомобильных запчастей компании Bosch:

– Компания Bosch входит в число ведущих мировых производителей восстановленных обменных автозапчастей. Программа Bosch Exchange включает 21 продуктовую группу в сегментах бензинового и дизельного впрыска, тормозного оборудования, стартеров и генераторов. Суть этой программы заключается в том, что потребителю возвращается залоговая стоимость восстановленной запчасти. Экономическая выгода достигается в том случае если процедура по возврату и восстановлению происходит в чистом виде. К сожалению, импортеры автозапчастей в Украине сталкиваются с определенными трудностями, связанными с украинским законодательством и таможенными процедурами. Но в то же время мы уверены в том, что со временем будем наблюдать повышение спроса на услугу восстановления автозапчастей. И, прогнозируя это, мы сделали шаг навстречу, купив в прошлом году завод по восстановлению стартерно-генераторной группы.

Антон Гайворонский, руководитель отдела качества компании «Механика»:

— Если мы говорим об отдельных деталях, то восстановленная запчасть — это деталь, которая с помощью определенных технологий приведена в исходное, не изношенное состояние, а отремонтированная запчасть — это деталь, приведенная в рабочее состояние путем механической обработки. Для дальнейшего использования отремонтированной детали необходимы соответствующие ответные детали. Применительно к деталям двигателя — это ремонтные поршни, кольца, вкладыши и т.п.

Наглядный пример восстановления детали — наварка шеек коленчатого вала с последующей их шлифовкой в стандартный (не ремонтный) размер. Некоторое время назад большое число поставляемых в запчасти коленчатых валов для американских легковых двигателей были именно восстановленными.

В то же время можно расточить и отхонинговать блок цилиндров. Это не восстановление блока, а обработка в ремонтный размер. Для дальнейшего использования такого блока необходимы ремонтные поршни.

Если мы имеем дело с узлом или агрегатом, то понятия «восстановление» и «ремонт» фактически означают одно и то же: узел восстановлен до рабочего состояния путем ремонта и замены составляющих его деталей.

При капитальном ремонте двигателя с сопутствующей обработкой блока, коленчатого вала, головки блока и использованием при сборке новых деталей мы получим не восстановленный, а отремонтированный двигатель.

Когда говорят, что на Западе восстановление очень популярно, речь идет именно о восстановлении узлов: тех же насосов, рулевых механизмов и т.п. По производственным затратам восстановленная и новая запчасть сопоставимы. Например, в Германии стоимость восстановленной шины, на которую дается гарантия, а ресурс сопоставим с новой, составляет ~70% от стоимости новой шины.

При правильной эксплуатации ресурс двигателя высок и равномерен по основным компонентам. Поэтому неисправность коленчатого вала или головки блока, как правило, влечет за собой капремонт или замену двигателя целиком. При этом часто в запчасти поставляется двигатель в сборе или шорт-блок и головка. Если по экономическим соображениям замена двигателя другим невозможна, производится восстановление (читай — ремонт) старого.

ти. Другое дело — восстановленная запчасть: при качественных комплектующих это разумная альтернатива китайской продукции.

Возможно, клиент захочет установить новую китайскую деталь, однако производство восстановленных запчастей выгоднее, чем продажа новых. В первом случае вы тратите минимум средств на комплектующие, делаете наценку на них и на саму работу. Получается, при минимальной себестоимости присутствуют две наценки. В случае перепродажи наценка только одна.

Миф третий: восстановленные запчасти не пользуются популярностью среди автомобилистов

Вот данные российской Группы компаний АГС, занимающейся ре-

монтом, обменом и продажей стартеров и генераторов для иномарок. За сентябрь 2008 г. компаниями было реализовано отремонтированных собственными силами агрегатов более 80% от общего объема.

На восстановленные запчасти дается гарантия сроком от 6 месяцев до года, цена — на 20-40% ниже цены новых. Клиентов, разумеется, данный факт не может оставить равнодушными.

В последние годы восстановление запчастей стало пользоваться все большей популярностью в странах Западной Европы. Например, в Великобритании есть компания Bawtaker, она обменивает и восстанавливает около 3000 наименований узлов и агрегатов — от двигателей и рамы шасси до форсунок и топливных насосов. Такой подход

экономичен, он позволяет значительно сократить время простоя автомобиля, является гарантией эксплуатационной надежности. Небезызвестная компания Bosch не первый год занимается восстановлением автозапчастей. Работы по восстановлению проводятся на специализированных заводах по всему миру. А год назад компания приобрела завод по восстановлению стартеров и генераторов и на территории Украины.

Миф четвертый: ремонт агрегата дешевле восстановления

Ремонт запчастей и агрегатов в принципе мало чем отличается от восстановления, при котором, как правило, используется полная разборка агрегата, диагностика и дефектовка всех комплектующих с заменой их новыми, а также полная промышленная очистка корпуса агрегата либо его окраска и доведение до состояния нового. Стало быть, никто не сможет утверждать, что замена одной детали будет дороже замены всех деталей. Но технология и экономика — тонкие науки, способные легко перевернуть «с ног на голову» наши представления. Вполне может оказаться, что ремонт агрегата обходится дороже, чем приобретение идентичного, ранее отремонтированного либо восстановленного.

Андрей Лушников, генеральный директор Группы компаний «АГС»: «Отремонтированные и восстановленные агрегаты имеют принципиальную разницу в технологическом плане, а следовательно, и различную стоимость. На складах компании находятся агрегаты, отремонтированные и восстановленные и год, и два назад. Их стоимость индексируется согласно современным тенденциям инфляционных процессов. Часто бывает так, что вышедший из строя генератор требует замены реле регулятора, например, диодного моста, втулок, подшипников, щеточного узла. Цена его реализации будет определена с учетом стоимости комплектующих и работы. В то же время в распоряжении компании, как правило, есть идентичный генератор, уже ранее отремонтированный, у которого заменялись, например, только подшипники и втулки. Он предла-

гается клиенту взамен сломанного. Естественно, цена такого агрегата будет ниже предполагаемого ремонта».

Миф пятый: восстановление запчастей благоприятно сказывается на экологии

Помимо экономической выгоды обеих сторон (продавец-покупатель), есть еще одна причина, которая также влияет на популярность технологий восстановления запчастей — экологическая чистота. При восстановлении запчастей предприятие берет на себя затраты по утилизации так называемой «некондиции», при этом не происходит загрязнения окружающей среды, т.к. у ремонтных предприятий, как правило, есть договоренности со специализированными организациями, занимающимися утилизацией отходов. Пусть в нашей стране и не так сильно заботятся об окружающей среде, тем не менее, преимуществ восстановленным запчастям этот факт все же может добавить. И это реалии.

Миф шестой: выйти на рынок с таким предложением легко

Если заниматься восстановлением запчастей так выгодно, разумно предположить, что желающих вовлечься в данный бизнес предостаточно. Так оно и есть.

Новым мастерским, занимающимся восстановлением автозапчастей, приходится выдерживать жесткую конкуренцию. Конкурентная борьба происходит в сегменте восстановления способами REPAIR и USED. Для того чтобы заниматься восстановлением запчастей заводским способом, необходимо иметь дорогостоящее промышленное оборудование — дробиструйные и пескоструйные аппараты и расходные материалы к ним, современное диагностическое оборудование, специальный инструмент и оснастку, определенный наработанный объем производства. Нужны налаженные долгосрочные дилерские контакты с мировыми производителями комплектующих, а они появятся только в том случае, если вы обеспечены большим количеством клиентов. Откуда им взяться, если имеется «выход» только на китайских производителей, которые, в основе своей пока



уступают качеством продукции? Конечно, можно попробовать договориться о покупке комплектующих у компаний, уже занимающихся восстановлением запчастей и агрегатов. Пусть это будет дороже, но благодарные клиенты и возможность развития бизнеса того стоят.

Если производить восстановление в заводских условиях и иметь хороших поставщиков комплектующих, то мелкие автосервисы превратятся из конкурентов в клиентов. Не имея возможности купить комплектующие, они будут вынуждены обращаться к вам. Также не стоит забывать, что есть немалое количество автосервисов и автопредприятий, готовых приобрести отремонтированные агрегаты и восстановленные запчасти, сдавая неисправные на переработку.

Миф седьмой: восстановленные запчасти идеальны для подержанных автомобилей

Помимо мифов о восстановленных запчастях, рожденных в среде специалистов авторемонтного бизнеса, есть мифы, рожденные для клиентов. Например, на многочисленных сайтах компаний, продающих восстановленные запчасти или предлагающих восстановление как услугу, можно натолкнуться на информацию о том, что восстановленные запчасти идеально подходят для подержанных автомобилей.

Казалось бы, все логично: износ запчастей и агрегатов в таком случае получается относительно равномерный, никакой перегрузки не происходит, работают все механизмы ровно. Однако так ли это, если мы говорим о «заводском» восстановлении? Восстановленные заводским способом запчасти практически равнозначны новым: корпус очищен, а комплектующие новые. Так какое здесь преимущество?

«Никто не отрицает, — говорит **Андрей Лушников**, — что с точки зрения надежности идеальным является использование исключительно новых оригинальных агрегатов либо запчастей. Также очевидно, что это не самый экономически оправданный способ решения проблемы, особенно если автомобиль уже в «возрасте» и его стоимость существенно ниже нового, а хозяин к тому же мечтает от него поскорее избавиться. Покупка же агрегатов и запчастей на всевозможных «разборках», где цены зачастую символические, а гарантия чаще всего просто отсутствует, превращается практически в лотерею: «повезет» — «не повезет». В этом случае приобретение восстановленной запчасти как раз и является некой «золотой серединой».

Артур Кузнецов

Wahler: Подробно о термостате и его неисправностях



Двигатель автомобиля работает в широком диапазоне климатических условий и при больших колебаниях нагрузок.

Температура охлаждающей жидкости, а следовательно, и самого двигателя, должна регулироваться так, чтобы она оставалась постоянной внутри очень узкого диапазона своих значений. Эффективным способом решения данной задачи является установка в системе охлаждения термостата.

Общие положения

Термостат чувствителен к изменениям температуры независимо от изменений давления в системе охлаждения. При запуске двигателя температура охлаждающей жидкости равна температуре окружающей среды и для сокращения времени прогрева термостат ограничивает циркуляцию малым контуром – рубашка охлаждения блока и головки цилиндров + отопитель. По мере роста рабочей температуры клапан термостата плавно регулирует подачу охлаждающей жидкости из основного радиатора системы в двигатель. И, наоборот, при падении температуры срабатывает клапан термостата, увеличивая количество охлаждающей жидкости, перепускаемой в обход радиатора. Этот метод позволяет поддерживать рабочие температуры на требуемом уровне, получать хорошие характеристики работы отопителя салона и снижать токсичность отработавших газов с одновременным увеличением ресурса двигателя.

Основным элементом конструкции термостата является заполненный воском специального состава герме-

тичный термочувствительный элемент, объем которого изменяется с изменением температуры. Открывание и закрывание рабочего клапана термостата происходит при строго определенных значениях температуры.

Что может натолкнуть на мысль о том, что неисправен именно термостат? Недостаточный прогрев двигателя, перегрев двигателя очевидны, но вместе с ними может быть еще ряд таких признаков: некомфортная температура в салоне в холодное время года, повышенный расход топлива, снижение динамических показателей автомобиля. Но прежде чем озадачиваться судьбой термостата и думать о его замене, необходимо вспомнить, что он лишь является одним из элементов системы охлаждения и может быть совершенно «невинновен» в причине ее неисправности.

Перед тем, как прийти к заключению, что причиной неисправности в системе охлаждения является термостат, проверьте уровень охлаждающей жидкости (внимание – во избежание ожогов проверка производится на холодном двигателе), натя-

жение приводного ремня насоса охлаждающей жидкости и исправность датчика и указателя (или сигнальной лампы) температуры охлаждающей жидкости.

Срок службы термостата

В большинстве случаев неисправность термостата вызвана накоплением отложений в системе охлаждения. Накипь на термочувствительном элементе термостата ухудшает его подвижность, и он перестает реагировать на температуру охлаждающей жидкости. Это может быть вызвано несвоевременной заменой охлаждающей жидкости, либо использованием вместо нее воды. Термостат может заклинить в открытом положении – при этом жидкость будет циркулировать по большому контуру, и двигатель будет долго прогреваться до рабочей температуры, а зимой так и не сможет ее достигнуть. Если же клапан термостата потерял подвижность в закрытом положении – циркуляция жидкости возможна только по малому контуру, что повлечет за собой неизбежный перегрев.

Неисправности

Какие же неисправности могут быть у термостатов и почему они возникают?

Повреждение седла клапана вследствие вибрационных нагрузок:

- При закрытом термостате (двигатель холодный) присутствует прохождение охлаждающей жидкости через радиатор.

- Двигатель прогревается дольше обычного. Колебания клапана повреждают седло вследствие неустойчивой работы двигателя.

Разрушение термочувствительного элемента вследствие вибрационных нагрузок:



Корпусный термостат WAHLER

- Колебания штифта нарушают герметичность термочувствительного элемента. Вода попадает внутрь рабочего элемента или же воск выходит наружу, что нарушает его нормальное реагирование на изменение температуры.

Раннее открытие клапана термостата:

- Попадание охлаждающей жидкости внутрь термочувствительного элемента. Вследствие этого увеличивается рабочий объем термочувствительного наполнителя — воска. Это приводит к тому, что клапан открывается раньше.

Позднее открытие клапана термостата

- Воск вытекает из корпуса термочувствительного элемента (встречается очень редко). Рабочий объем термочувствительного элемента уменьшается. В изменившихся условиях требуется более высокая температура для компенсации отсутствия первоначального количества воска, поэтому клапан термостата будет открываться позже.

Перегрев двигателя при высоких температурах. Термостат открывается вовремя, но двигатель все же перегревается при высокой температуре охлаждающей жидкости.

- Нагретая охлаждающая жидкость не попадает в основной радиатор, а возвращается по байпасному патрубку обратно в двигатель.

- Неполное открытие клапана термостата. Поэтому в радиатор попадает недостаточный для эффективного охлаждения объем жидкости.

Клапан термостата не закрывается.

- Охлаждающая жидкость в рабочем элементе. Увеличенный объем рабочего элемента препятствует полному закрытию тарелки клапана.

Неправильное функционирование термостата.

- Изменение заводских настроек вследствие значительного перегрева всей системы охлаждения.

Нарушение резинового уплотнения тарелки клапана.

- Моторное масло, которое попало в охлаждающую жидкость вследствие неисправности, агрессивно воздействует и растворяет уплотнение тарелки клапана термостата.

Практика

Вот несколько практических советов по решению проблем при неудовлетворительной работе системы охлаждения.

Слишком высокая температура охлаждающей жидкости. (Условие, что термостат был подобран к двигателю правильно.)

- Рекомендуется применение термостата той же модели, но с более поздним началом открытия клапана, т.е. при более высокой температуре. Например, в ассортименте Wahler для автомобилей VW предлагается два типа термостатов: 4264.87D — температура открытия 87°C и 4264.84D — температура открытия 84°C.

- Данный автомобиль использует как тягач или же часто эксплуатируется на горных дорогах.

- Автомобиль используется в теплых регионах с высокими температурами воздуха, и более низкая температура открытия термостата не обеспечивает достаточного охлаждения.

Термостат открывается слишком поздно.

- Система охлаждения должна быть полностью заполнена жидкостью и удалены воздушные пробки.

- Причиной может быть недостаточный поток охлаждающей жидкости около термостата, например возникновение области пониженной температуры (паровоздушная пробка, застывание охлаждающей жидкости). термостатом. В этом случае маленькое отверстие (около 2 мм.) в тарелке, которое будет играть роль воздушного клапана, может помочь обеспечить постоянный поток жидкости около термостата. Однако, в такой ситуации увеличится период прогрева двигателя.

Термостат открывается слишком рано.

- Тарелка клапана открывается вследствие повышенного давления внутри системы охлаждения. Возникновение зон различного давления до и после термостата. Открытие тарелки происходит под воздействием на нее избыточного давления.

- Причиной возникновения этой неисправности могут быть:

- насос охлаждающей жидкости
- недостаточная упругость пружины термостата
- слишком высокие обороты двигателя в режиме прогрева

Двигатель слишком долго прогревается.

- Слишком большой поток еще не нагретой охлаждающей жидкости попадает в двигатель в режиме прогрева.

- Клапан термостата не полностью закрыт.



Традиционный термостат
(для применения в грузовиках)



Термовключатель



Электронно
управляемый термостат

– Через термостат проходит слишком большой поток охлаждающей жидкости из за повреждения (образования щели) тарелки клапана, или из за воздушного клапана.

– Неправильное монтажное положение термостата (в частности его воздушного клапана).

Двигатель перегревается при открытом термостате. В таком случае необходимо проверить:

- Система охлаждения должна быть полностью заполнена жидкостью и удалены воздушные пробки.

- Радиатор должен быть исправен, т.е. обладает хорошей пропускной способностью и теплоотдачей.

- Вентилятор системы охлаждения должен быть исправен.

- Насос охлаждающей жидкости.
- Возможно, требуется промывка системы охлаждения от грязи и отложений, накопившихся на стенках каналов.

Очень важно при подборе термостата следовать рекомендациям и предписаниям автопроизводителя или поставщика на конвейер. Подбор следует производить строго по каталогу TecDoc или каталогу WAHLER

www.wahler.com.ua

Война с коррозией

Все понятно - если в конечном глушителе не скапливается конденсат, тогда нечему и ржаветь. Но самый интересный вопрос гласит: какая же технология лучше всего препятствует накоплению конденсата? Мы сравнили разные типы конструкции глушителей - и изложили выводы для вас в этой статье.

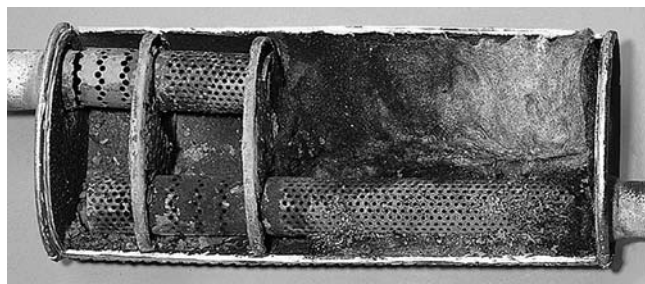
Не только люди попадают в стрессовые ситуации, но и выхлопные системы вынуждены с ними бороться. Самым большим стрессовым фактором для глушителя является езда на короткие дистанции и частые запуски двигателя. При каждом запуске образуется до 200 мл жидкости, обогащенной агрессивной смесью солей, угарного газа, отработанных оксидов и водяного пара. Поскольку при езде на короткие дистанции температуры в выхлопной системе слишком низкие, жидкость не может испаряться. И агрессивная смесь скапливается в самой холодной части выхлопной системы - в конечном глушителе. И как раз там начинается самый разрушительный процесс - коррозия.

Специалистам известно, что случайная поездка на длинную дистанцию по-настоящему не поможет. Вы нагреваете ненадолго конечный глушитель, но коррозию не останавливаете. Наоборот, уже при следующем холодном запуске к уже собранной «порции» агрессивных субстанций добавляются следующие 200 мл конденсата. Таким образом, концентрация вредных веществ в конденсате через месяц эксплуатации возрастает в 22 раза. Особенно хлориды препятствуют образованию пассивного защитного слоя металла против «проникновения кислоты» конденсата и локально разрушают внутренние детали. Таким образом, за самое короткое время возникают маленькие дырочки, которые очень скоро корродируют насквозь. Часто подозреваемая внешняя коррозия, например, из-за насыпанной на дороги соли зимой, не играет никакой роли в образовании сквозных ржавых дыр. Картины повреждений доказывают: конечный глушитель ржавеет из-за коррозии изнутри.

На фото 1 изображен рефлексийный глушитель с отвалившейся трубой. Часто при такой картине повреждений ошибочно диагностируют дефектный сварной шов и пробуют приварить трубу обратно. Причиной же на самом деле является прогрессивная внутренняя коррозия трубы - сварка не решит эту проблему.

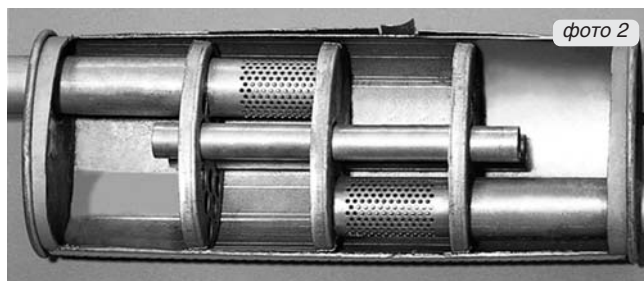


фото 1



Принципы строения конечных глушителей

Кто предупрежден, тот вооружен? Ну, не все так просто. Производители выхлопных систем предлагают различные концепции для локализации проблемы коррозии. Но делают ли они то, что обещают?



Вид 1 - рефлексия (фото 2)

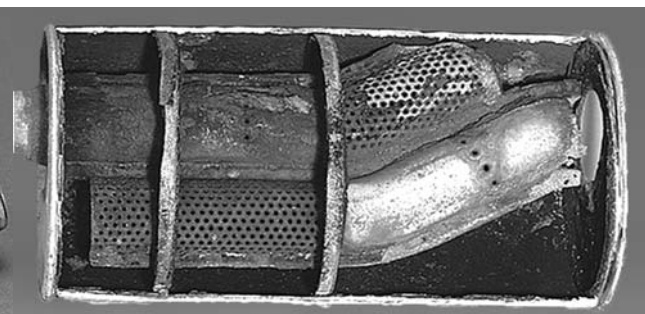
Резюме: суть - отражение (рефлексия) на стенки останавливает звуковые волны. Но хотя рефлексийные глушители лучше всего справляются со звуком, часто из-за несовершенной конструкции могут образовываться участки со скоплением конденсата, а неправильные режимы потока приводят к тому, что этот конденсат испаряется только при соответствующих высоких температурах.

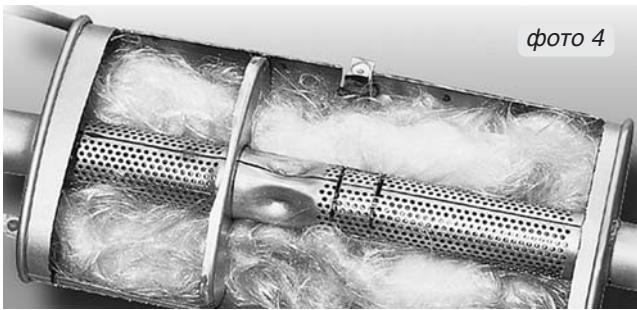
Подвид - сверловое отверстие (фото 3)

Резюме: сверловые отверстия на очень короткое время помогают, но в то же время являются дополнительной контактной поверхностью для коррозии. Следующие недостатки - дополнительные шумы и горячий поток отходящего газа, повреждающий находящиеся рядом части автомобиля.



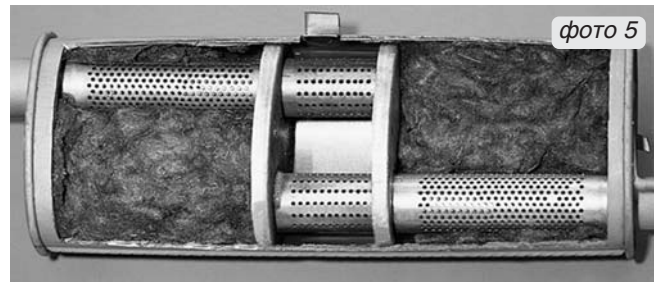
фото 3





Вид 2 - изоляционное волокно (фото 4)

Резюме: абсорбирующие глушители благодаря изолирующему действию прокладочного волокна остаются достаточно холодными и тем самым способствуют образованию агрессивного конденсата и досрочному износу.



Вид 3 - комбинированный вариант (фото 5)

Резюме: свойства глушения обеих систем используются именно в этом виде глушителей. Наравне с положительными характеристиками в них комбинируются и специфические недостатки в характере коррозии по абсорбирующему и рефлексивному принципу.



Бесконденсатная технология от ERNST (фото 6)

Резюме: инженерное решение по направлению потоков, что означает конструктивно правильное расположение камер и перфорированных труб обеспечивают выдувание конденсата потоком отходящего газа сразу после старта (даже при холодном конечном глушителе). Продуманная структура всех внутренних деталей предотвращает возникновение участков, где может скапливаться остаточный конденсат.

Анализ показал – самую эффективную защиту от внутренней коррозии предлагает бесконденсатная технология. Потому при замене конечного глушителя всегда обращайте внимание на внутреннюю конструкцию по этому принципу. Тогда даже частые пробежки на короткие дистанции уже не смогут повредить.

Но обычно даже самая лучшая конструкция чего-то



стоит, если она выполнена из высококачественного материала. Это означает: критические элементы конструкции, находящиеся под угрозой коррозии внутренние части, должны быть изготовлены из нержавеющей стали. В таком случае можно быть уверенным, что они не будут «разъедены» серной кислотой, которая возникает при воспламенении карбюраторного топлива в выхлопной системе.

Бесконденсатная конструкция и высококачественные материалы дают самую высокую степень защиты от коррозии. Но все же перед тем как разбирать каждый глушитель на составляющие перед покупкой, подумайте о том, что выбрав бесконденсатную технологию от ERNST, вы автоматически получаете продукт безупречного качества и созданный по последнему слову техники.

www.ernst.com.ua

Компании Garmin и ASUS разрабатывают новую линейку мобильных телефонов с GPS

Компании Garmin Ltd. и ASUSTeK Computer Inc объявили о стратегическом альянсе с целью создания линейки мобильных телефонов с широкими навигационными возможностями. Работы над серией Garmin-Asus nuvifone ведутся на протяжении года, и вывод на рынок первых моделей ожидается уже в 2009 году.

"Альянс дает преимущества обеим компаниям, позволяя объединить ресурсы и создать мощный базис для инноваций и сократить время разработки мобильных решений для GPS-навигации", - сказал Мин Као (Min Kao), председатель и исполнительный директор компании Garmin Ltd.

Сердцем серии Garmin-Asus nuvifone станет функциональность LBS (Location-based service - служба, осно-

ванная на местоположении), позволяющая получать такие же пошаговые голосовые инструкции, как и у персональных навигаторов Garmin (PND). Предусмотрены карты с миллионами точек интереса позволяя с легкостью найти нужный адрес или объект. В дополнение к этому, nuvifone оснащен быстрым доступом к точкам интереса в он-лайн благодаря встроенному поисковому сервису. А пользователи социальных сетей оценят приложение Ciao!

Справка. Компания Garmin - мировой лидер в области GPS-навигации. Объем продаж - более 43 млн. устройств. Согласно результатам исследования независимой международной исследовательской компании Canalys, в 3-м квартале 2008 года компании Garmin принадлежала доля рынка в 35% от всех проданных PND устройств (около 50% рынка в США и 20% рынка в Европе). Официальным дистрибьютором Garmin в Украине является компания "Навионика".

Тормозные колодки Sangsin: внимание, подделка!

Компания Sangsin Украина, являющаяся официальным дилером Sangsin Brake, крупнейшего корейского производителя тормозных колодок и поставщика на конвейеры известных автопроизводителей (General Motors - Daewoo, Hyundai, KIA, Ssang Yong и др.) заявила об обнаружении контрафактной продукции, имитирующей оригинальные колодки производства Sangsin для автомобиля Daewoo Lanos. Обнаруженное контрафактное изделие китайского происхождения не соответствует требованиям и характеристикам оригинальных тормозных колодок Sangsin Brake. Поэтому использование этих подделок чрезвычайно опасно для жизни автовладельца!

Выявить подделку можно по перечисленным ниже признакам, которые обнаруживаются при сравнении с оригинальной колодкой Daewoo Lanos и визуальном осмотре упаковки и самого изделия:

Упаковка

1. Больший, чем у оригинальной, размер коробки (упаковка скорее похожа на универсальную).



2. На коробке отсутствуют заводские номера колодки и название автомобиля на который она устанавливается.



3. В коробке нет вкладыша (паспорт на данную колодку).



4. С нижней стороны настоящей коробки напечатан в рамке код изделия SP10G, а на подделке - SP36RD, что не соответствует данному изделию.



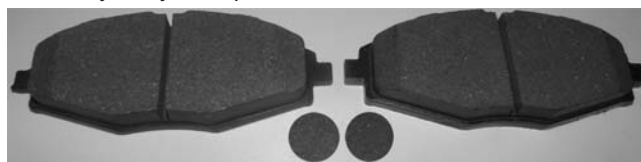
5. Размер ящика с поддельными колодками рассчитан на 24 коробки, а оригинальный - на 20 комплектов. Кроме того, нет каталожного номера, логотипа завода-изготовителя, страны, печати ОТК. Отсутствует заводская



упаковка ящика пластиковыми лентами.

Колодка

1. Отсутствуют вкрапления меди.



2. Если подержать подделку в руках, на ладонях останется большое количество сажи.



3. Толщина металла значительно тоньше оригинала.

4. На тыльной стороне отсутствует теснение логотипа HI-Q и завода-производителя Sangsin.

5. Оригинальная колодка глянцевая, а подделка - матовая.

6. У оригинала на тыльной стороне нанесен аббревиатура SB и номер партии товара белым цветом, а у подделки напечатано ACE, made in Korea и непонятная маркировка желто-зеленой краской.



Federal-Mogul запустила новую программу Moog

Компания Federal-Mogul объявила о запуске новой производственной программы Moog, дополняющей существующую программу деталей шасси и управления - комплектов защитных пыльников рулевых реек. Ассортимент включает 269 комплектов, которые охватывают 90% европейского автомобильного парка. Отдельный каталог CATMO802 содержит много полезной информации, которая поможет правильно идентифицировать требуемые запасные части:

- 269 номеров комплектов, каждый комплект состоит из: 2 пыльников, 4 пластиковых хомутов, 1 упаковки смазки;
- Иллюстрации с размерами для всех пыльников;
- Новый, легкий в использовании формат;
- Информация о применениях для каждой позиции;
- Перекрестные ссылки на продукцию других производителей.

Новая программа представлена также в онлайн-каталоге: <http://www.fmecat.eu/> и будет присутствовать в Тек-Док (второй квартал).

Шины Continental снова лидируют

Специалисты ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club, или "Всеобщий немецкий автомобильный клуб", одно из крупных обществ автомобилистов Германии), клиентского института Stiftung Warentest, из австрийского автомобильного клуба OAMTC, швейцарского TCS и двух автомобильных журналов - AutoBild и auto motor und sport сравнили шины ContiWinterContact TS 800, TS 810 и TS 830 с более чем шестьюдесятью конкурирующими продуктами. Результаты следующие: все шины Continental получили высокие оценки - "очень рекомендуем", "образцово" или "хорошо". Испытательные комиссии отмечали исключительные результаты шин Continental в критериях безопасности и отличные свойства на мокрых дорогах.



ADAC тестировал новую шину ContiWinterContact TS 830 диаметром 15 и 16 дюймов. Эта новинка сегодняшнего сезона с самого начала заняла второе место и получила самую высокую оценку "очень рекомендуется". Она также заняла второе по классификации Stiftung Warentest, получив оценку "хорошо". Со стороны OAMTC данная шина была оценена как "очень рекомендуемая", такую же оценку она получила со стороны специалистов TCS.

Шина ContiWinterContact TS 810 заняла второе место по оценкам журналов auto motor und sport и AutoBild. TS 810 продемонстрировала, что она обладает очень хорошими тяговыми характеристиками на снегу, коротким тормозным путем и хорошими сбалансированными свойствами на мокром и сухом дорожном покрытии. А покрышка TS 800 вышла победителем испытаний Stiftung Warentest, и заняла второе место по оценкам ADAC. Эта шина была охарактеризована как в высокой степени сбалансированная, особенно хорошо себя вела на снегу и на льду. А самых лучших результатов достигла на мокром дорожном покрытии.

Справка. Компания Continental является одним из крупнейших мировых поставщиков автомобилестроения. В качестве поставщика шин, тормозных систем, систем и компонентов для приводных агрегатов и шасси, приборной техники, автомобильной электроники и технических эластомеров.

Система фильтрации дизельного топлива Pre-Line теперь в ассортименте «Владислав»

Системы Pre-Line в сборе и отдельные элементы теперь представлены в ассортименте официального дистрибьютора концерна Mann+Hummel в Украине - компании "Владислав".

Топливные системы современных автомобилей с ужесточением экологических норм усложняются с каждым годом и становятся достаточно уязвимыми при использовании некондиционного топлива. Низкое качество дизельного горючего и наличие в нем воды "убивало" дорогостоящую систему впрыска автомобилей бук-

вально за считанные месяцы. Именно поэтому система Pre-Line сразу же была принята нашим рынком "на ура", считают в компании "Владислав".

Система грубой фильтрации дизельного топлива Pre-Line была разработана фирмой Mann+Hummel на основе требований потребителей по эффективной очистке топлива от мельчайших частиц и отделения воды. В основе системы лежит новый фильтрующий материал Multigrade F_Pfo, который обеспечивает максимальный срок службы при одновременно высокой степени очистки от мелких частиц и влагоотделении. Требуемое влагоотделение в размере свыше 93% достигается с запасом. Помимо этого, система оснащена модулем эффективного подогрева топлива.

Использование этой системы позволяет продлить срок службы основного фильтра (тонкой очистки), защитить систему впрыска от коррозии и абразивных частиц и, в итоге, снизить расходы на ремонт.

Конструкция системы Pre-Line позволяет учитывать отдельные особенности конкретного автомобиля. Для сервисного обслуживания доступны сменный картридж фильтра и подогреватель. А с недавнего времени и водосборный стакан в комплекте с монтажным ключом (код для заказа - BL_1).

Приятной особенностью также является то, что монтаж фильтра грубой очистки не требует никаких согласований и не является изменением конструкции автомобиля. Уже десятки тысяч маршрутных такси в Украине оборудованы такой системой. Подробности - на сайте www.vladislav.ua.

Ассортимент компании «Владислав» пополнился фильтрами AMC

AMC - торговая марка японского завода Asahi Manufacturing Co., Ltd. Фильтры AMC поставляются на конвейеры многих авто- и мотопроизводителей, в их числе Toyota, Hitachi, Nissan, Suzuki, Ssang Yong. Основными преимуществами данной продукции на европейском рынке являются японское качество, постоянно расширяющийся ассортимент, присутствие в TecDoc и профессиональный каталог.

Фильтры AMC производятся в соответствии со стандартами JAPA (Japan Automotive Product Association) и в процессе изготовления проходят испытания на каждой стадии производства: проверяется поступающее сырье, проводится импульсное испытание и тест в солевой камере, проверка на виброустойчивость и на сжатие-растяжение, испытание тепловыми циклами. Масляные и топливные фильтры также проходят дополнительный тест на течь. В Украине продукция успешно прошла сертификацию.

Японские и корейские заводы до сих пор исповедуют практику работы через торговые дома, Asahi Manufacturing Co., Ltd. не является исключением. Фильтры AMC сегодня входят в портфель брендов одного из европейских лидеров по продаже запасных частей на японские и корейские авто - голландской компании Kavo B.V., основанной в 1951 году. В свою очередь, с 2008 года интересы фирмы Kavo в Украине представляет компания "Владислав". Подробности - на сайте www.vladislav.ua



Двухмассовый маховик и сцепление ZF Sachs -

в первом серийном оппозитном дизельном двигателе Subaru



Первый в мире оппозитный дизельный двигатель Subaru, презентованный в марте 2008, делает ставку на приводную технику фирмы ZF. Двухмассовый маховик осуществляет развязку крутильных колебаний двигателя от трансмиссии. Система сцепления позволяет осуществлять быстрое и удобное переключение скоростей. Чтобы весь привод отлично подходил к новой концепции двигателя, инженеры фирмы ZF Sachs с самого начала участвовали в разработке нового мотора.

Считается, что оппозитные двигатели обеспечивают особенно хорошую динамику движения, так как плоское расположение цилиндров позволяет разместить двигатель ниже и тем самым опустить центр тяжести автомобиля. Теперь эту концепцию японский изготовитель автомобилей Subaru впервые переносит на дизельные двигатели.

Чтобы этот новый вариант дизелей не уступал по плавности хода традиционным дизельным двигателям, фирма Subaru заказала ZF Sachs двухмассовый маховик, как следует подогнанный к новому варианту мотора. Инженеры ZF Sachs с

самого начала участвовали в его разработке. При разработке соглашения с ним двухдискового маховика конструкторские подразделения в г. Швайнфурте тесно сотруд-

Новая конструкция двигателей Subaru делает ставку на плавность хода благодаря использованию двухдискового маховика Sachs.

ничали с ZF Japan Tech-Center.

Благодаря двухмассовому маховику Sachs крутильные колебания оппозитного дизельного двигателя в моделях Legacy и Outback не передаются на трансмиссию. А зна-

чит, обеспечивается щадящий режим работы трансмиссии и повышается комфорт езды. Таким образом, двухдисковый маховик делает возможной надежную езду на

В 2008 году в серию поставлено 35000 единиц модулей «маховик+сцепление» для моделей Legacy и Outback.

малых оборотах двигателя и тем самым вносит свой вклад в снижение расхода топлива. Программа выпуска новых двигателей в 2008 году предусматривает изготовление и поставку от ZF Sachs фирме Subaru 35 тыс. единиц модулей «маховик+сцепление».

Итак, победное шествие двухдисковых маховиков Sachs продолжается. С начала производства в 1999 году предприятие ZF Sachs изготовило уже более 10 миллионов двухдисковых маховиков. Их производство осуществляется на заводах в Швайнфурте (Германия) и в Трнаве, Словакия. Сейчас ZF Sachs изготавливает около 1,9 миллиона двухмассовых маховиков в год.

Административный модуль AudaShare



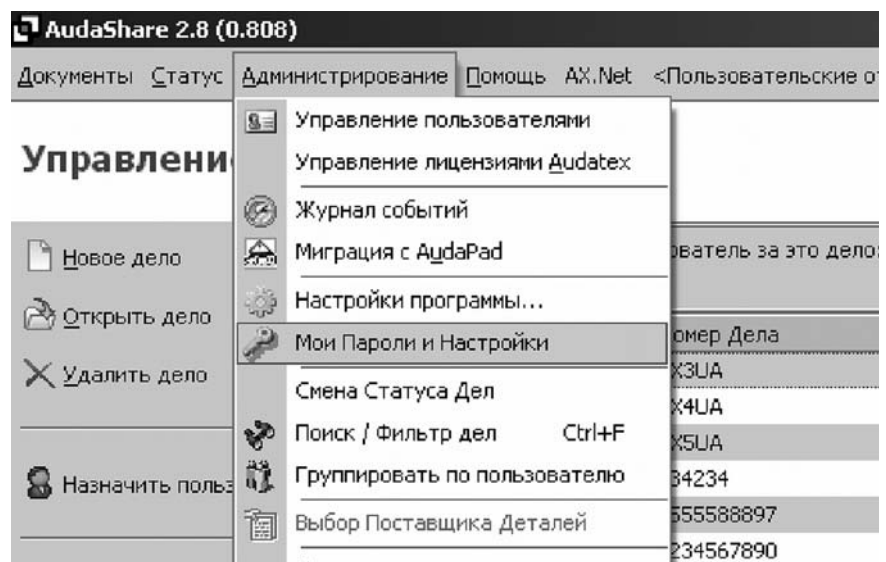
Рассматривая ПП Audatex, просто нельзя не сказать об одном из последних нововведений в его структуре – модуле AudaShare. Описанные в предыдущих материалах функции автоматического получения полной информации об оснащении автомобиля (с помощью AudaVIN), оперативного расчета и составления калькуляции восстановительного ремонта по тщательно продуманному алгоритму – основополагающие, но никак не исчерпывающие возможности Audatex. Благодаря AudaShare можно создавать электронные страховые дела, а также проводить различные операции с содержащейся в них информацией.

Прежде чем мы перейдем непосредственно к рассмотрению модуля AudaShare, сделаем небольшое пояснительное отступление. Рассматривая модули Audatex, следует понимать, что последние сами по себе не являются «самостоятельными» программами. Они, естественно, функционируют автономно, но в рамках программного комплекса. Другими словами, являются структурной единицей, входят в совокупность программ Audatex (в том числе опционально). В схематическом виде модуль подсчета Audatex можно представить как центральный блок, в который в процессе совершенствования продукта и расширения его возможностей (для удобства работы и расширения функциональных возможностей, а значит, и

повышения комфортности для клиентов) интегрируют различные дополнительные модули. Именно такими являются описанные в прошлой статье модули AudaVIN и рассматриваемый сегодня AudaShare.

Итак, AudaShare – это административный модуль, значительно облегчающий управление делами. Кстати, с 1 января 2009 года компания ООО «Аудатекс Украина» предоставила новую версию программы. Помимо механизма расчета стоимости восстановительного ремонта транспортных средств, предполагаются принципиально новые возможности, особенно в части организации согласования электронных страховых дел между участниками процесса урегулирования событий. Рассмотрим AudaShare более подробно.

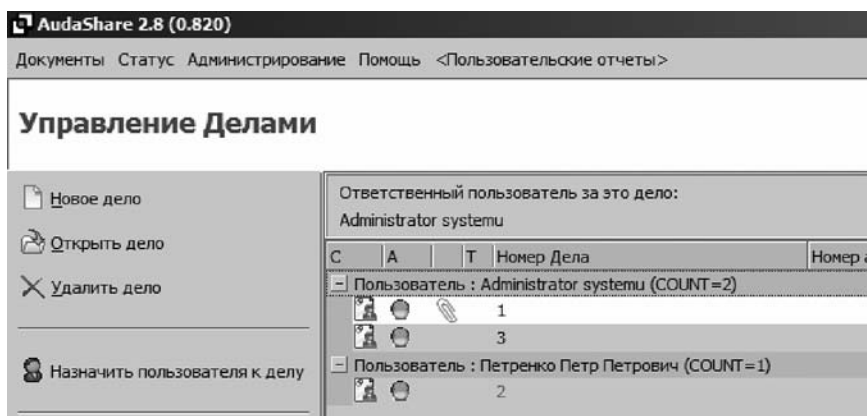
Для лучшего понимания одной из основополагающих возможностей данной программы представим следующую ситуацию. К примеру, сделан подсчет стоимости восстановительного ремонта автомобиля, то есть, составлена калькуляция. Далее для ее согласования имеется два варианта действий: переслать калькуляцию по сети или же распечатать ее и возить от одного участника урегулирования событий к другому (СТО, страховая компания, независимый эксперт). Естественно, первый вариант более приемлемый, так как экономит время и средства.



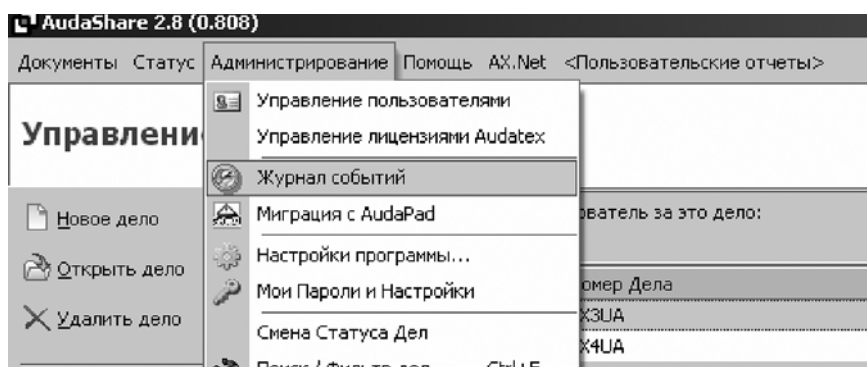
Каждый пользователь может ввести свой собственный пароль для входа в систему и доступа к дополнительным ресурсам.

Идем далее. Для получения объективной картины произошедшего и лучшего понимания ситуации, а значит, и быстрого урегулирования страхового случая, желательно наличие не просто конечного результата (калькуляции), а более обширных данных, в том числе тех, на основании которых проводился расчет. К тому же важна сгруппированная в единый информационный блок информация относительно того или иного страхового случая и удобный доступ к ней. Здесь речь идет уже не просто о калькуляции, а о формировании электронных страховых дел, где будет содержаться, к примеру, отсканированная справка ДТП, фотографии с места происшествия, счета, письма и другие необходимые документы. Все это позволяет делать программа AudaShare. Ее основные функциональные возможности и достоинства перечислим ниже:

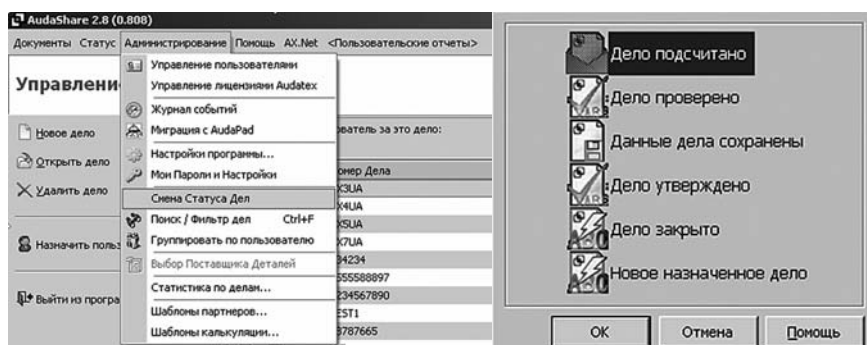
- Имеется графический модуль, позволяющий выбирать поврежденные детали автомобиля и необходимые виды ремонта.
- Возможность выполнять расчет стоимости восстановительного ремонта (с учетом стоимости окрасочных, сервисных, а также монтажно-демонтажных работ).
- Создание страхового дела в электронном виде с возможностью дальнейшей пересылки через сервер Audateх для согласования между партнерами.
- Отслеживание статуса электронного страхового дела.
- Возможность формирования акта осмотра (с использованием бланка предприятия-клиента, заранее предоставленного последним для его внедрения в программу).
- Установка требуемого уровня доступа в AudaShare.
- Сравнение калькуляций, выполненных в рамках одного дела.



В зависимости от настроек, пользователь может видеть только свои дела или просматривать все имеющиеся в системе данные.



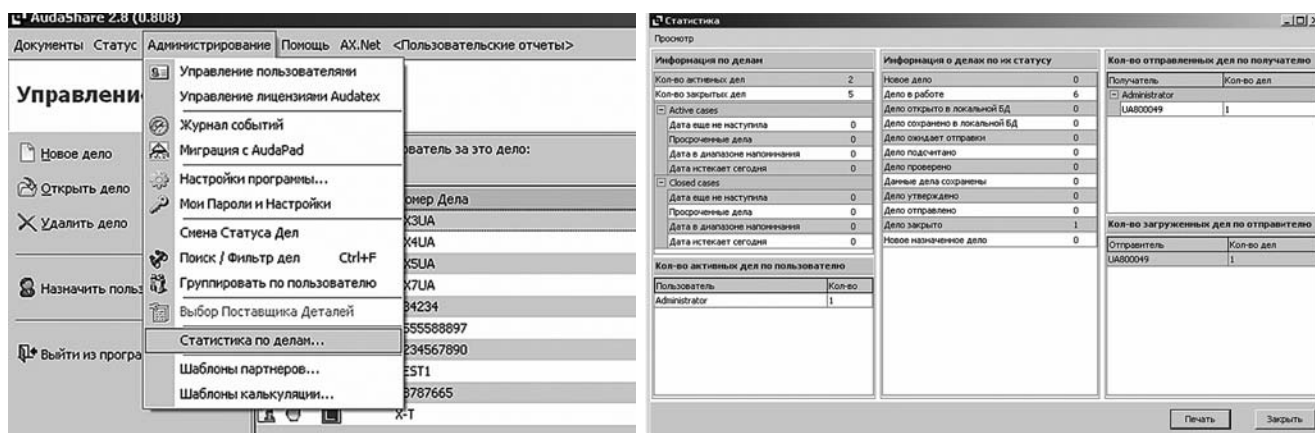
Каждое действие пользователя фиксируется в «Журнале событий». По соответствующему запросу будет открыто диалоговое окно, в котором отражаются все произведенные действия и время их совершения.



Для изменения статуса существующего дела в главном меню последовательно выберите «Администрирование» – «Смена статуса дел». Далее в появившемся диалоговом окне следует выбрать один из требуемых статусов и подтвердить действие, нажав кнопку «ОК». Статус дела будет изменен, и рядом с делом появится соответствующий значок.



Типовые случаи использования AudaShare: а) база данных страховых дел хранится на сервере Вашей компании, к которой ее сотрудники имеют доступ согласно назначенным им полномочиям; б) центральный офис компании проверяет расчеты, созданные другими филиалами, используя свою корпоративную сеть; в) электронное страховое дело может пересылаться между участниками процесса урегулирования убытков для ускорения процесса согласования и выплат.



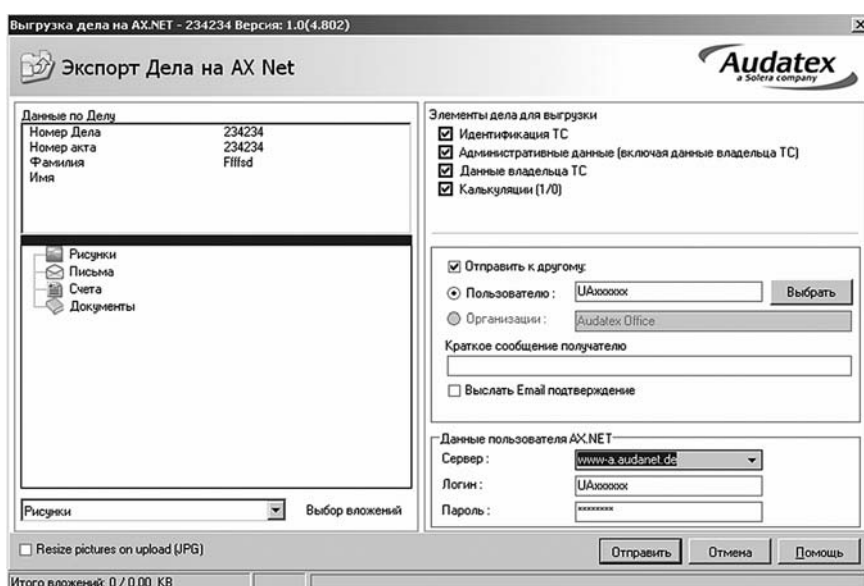
Пользователь может получить статистические данные о работе своей организации по различным параметрам, а также распечатать их.

- Хранение неограниченного количества электронных страховых дел.
- Система быстрого поиска созданных ранее электронных страховых дел и расчетов.
- Возможность интеграции программного продукта в другие программные продукты.
- Сохранение результатов расчета в формате PDF.
- Возможность вести единую базу данных на предприятии с целью обеспечения безопасности от несанкционированного доступа.
- Возможность использования Audatex как инструмента управления работой персонала предприятий средней и крупной формации.

Таким образом, Audatex представляет собой востребованный программный модуль, позволяющий не только производить расчет стоимости восстановительного ремонта (по данным, получаемым непосредственно от около 70 производителей, охватывающих свыше 82 000 моделей и модификаций транспортных средств), но и оперировать различной документаци-



При необходимости можно произвести поиск дел по определенным, заранее заданным параметрам.



Вы можете передать существующее дело другому пользователю, указав, какие элементы дела необходимо выгрузить, кто получатель, а также, если это необходимо, вложения.

ей, а также формировать базы данных страховых дел. Кстати, хранение последних предполагается в двух вариантах:

- Локальный (база электронных страховых дела хранится на компьютере пользователя).
- Сетевой (база хранится на сетевом ресурсе, и к ней имеют доступ другие пользователи согласно полномочиям, назначенным администратором программного комплекса).

Для работы программы выхода в Интернет не требуется, кроме случаев, когда необходимо определение прав пользователя, обновление базы данных и согласования электронных страховых дел с другими участниками урегулирования событий.

В дальнейшем модуль будет совершенствоваться. Уже в недалеком будущем программа Audatex

позволит получать аналитические данные об автомобильном рынке Украины в разрезе практически любых параметров. К тому же дополнительный программный модуль позволит реализовывать аварийные автомобили (в том числе и с тотальным ущербом) посредством электронного аукциона.



Audatex Ukraine

г. Киев, ул. Михаила Донца, 6,
офис 303

тел./факс: (044) 569-13-99, 496 46-86
www.audatex.ua
axua@audatex.ua

Меняем ATF



О химическом составе, классификации и эксплуатационных свойствах масел для автоматических коробок передач (АКПП) мы писали ранее, поэтому в этом материале более подробно остановимся на их замене.

АTF (Automatic Transmission Fluid - жидкость для автоматических коробок передач) в АКПП выполняет несколько функций: передача крутящего момента, смазка, охлаждение и промывка. Излишне говорить, насколько важно поддерживать необходимый уровень масла в коробке-"автомате" и своевременно заменять отработанную ATF. По международным нормам она требует полной замены через каждые 50 тыс. км (или 40 тыс. миль) пробега автомобиля (с обязательной заменой фильтра) и дальнейшим промежуточным обновлением через каждые 15 тыс. км (или 12 тыс. миль) пробега. Но лучше перестраховаться, и проверять уровень жидкости в АКПП ежемесячно (через 10 тыс. км) и при каждом ТО автомобиля. Ведь даже при отсутствии течи жидкости ее объем уменьшается на 0,1-0,2 литра за счет испарения примерно через 1-1,5 месяца или 10-15 тыс. км, так как рабочая температура достигает 130-140°C. Низкий уро-

вень трансмиссионной жидкости приводит к интенсивному износу АКПП и отказу в работе.

Обычно о проблемах с "автоматом" сигнализирует электроника, но, кроме недремлющего ока компьютера, есть основные признаки низкого уровня жидкости в АКПП:

- длительное и глубокое переключение передач;
- шум при работе АКПП;
- нет движения при включении передач.

Распространенные причины уменьшения уровня жидкости в АКПП:

- наружная течь сальников и прокладок;
- высасывание жидкости через вакуумные элементы АКПП;
- внутренние перетоки смазки между различными узлами на передне- и полноприводных автомобилях;
- перетоки через систему охлаждения АКПП (жидкость АКПП в охлаждающую жидкость двигателя и

наоборот).

Кроме того, следует проводить визуальный осмотр масла. Если масло в процессе эксплуатации приобрело темный цвет или горелый запах, необходимо его заменить, не дожидаясь планового срока замены. Ведь ничто так не продлевает жизнь АКПП, чем своевременная и правильная замена жидкости в ней. Вот теперь поговорим, "что такое хорошо, что такое плохо".

Есть два мнения: мое и неправильное...

Поменять масло в АКПП можно двумя основными способами:

1. Способ первый, традиционный - частичная замена масла, его освежение. Откручивается сливная пробка в картере АКПП (внизу), сливается столько масла, сколько может вытечь, и заливается столько же (или больше/меньше - уровень проверяется по щупу). При этом меняется 30-40% масла. Это объясняется тем, что большое количество масла остается в гидротрансформаторе и многочисленных каналах АКПП. В итоге, после заливки нового масла получается смесь старого и нового масел. Если нужно поменять более 30-40% масла или же все масло полностью, процедуру частичной замены рекомендуется повторить несколько раз (3-5) через каждые несколько сотен километров пробега.

Плюсы этого способа:

- расходуется небольшое количество масла (при одной замене);
- промывается фильтр и поддон; по отложениям на поддоне можно проанализировать работу АКПП и предотвратить серьезные поломки;

Минусы:

- отработанную жидкость полностью так и не удастся слить;
- хозяева некоторых заднеприводных (или 4WD на базе заднего привода) автомобилей фирмы Nissan, Mazda, Ford и некоторых других марок сливной пробки на поддоне могут вообще не обнаружить (замена масла в таком случае производится со снятием поддона). Более того, автовладелец, приобретая подержанный автомобиль с АКПП, не знает,



когда была произведена на нем последняя замена ATF, каков тип заливной жидкости и каково техническое состояние самой АКПП (работоспособность ее узлов, агрегатов и электронной части).

2. Способ второй - 100%-ная замена масла в АКПП с применением специальной аппаратуры. На многих СТО сейчас установлены аппараты, с помощью которых масло в АКПП меняется методом продавливания. Новое масло вытесняется старым, что позволяет говорить о его полной замене. Делается это по такому алгоритму: через радиатор охлаждения АКПП к коробке подсоединяются трубки аппарата, заводится двигатель, старое масло сливается, новое заливается. Через специальное окошко можно визуально контролировать цвет ATF - как только он достигнет нужной окраски, процедура прекращается. Благодаря такому подходу обеспечивается 100% смена жидкости. Более того, замена жидкости происхо-

дит под давлением и первыми литрами ATF промывают систему АКПП не оставляя в ней старой жидкости, металлической стружки и отложений из конвектора. На такую замену уходит порядка 10-12 литров ATF.

Плюсы:

- полная замена масла в АКПП очень существенно влияет на расход бензина в сторону уменьшения, так как сильно снижаются потери в гидротрансформаторе. Кроме этого, зачастую "резвее" становится сама АКПП;

Минусы:

- стоит это, конечно, дороже, чем просто освежение масла. Хотя если учесть дорогостоящие запчасти к АКПП и недешевый ремонт, то разумному автоладельцу выбор должен быть очевиден. Впрочем, даже на вполне компетентных техстанциях могут возникнуть трудности. В этой процедуре масса нюансов, известных только мастерам, которые ежедневно имеют дело с АКПП самых разных производителей. Именно поэтому, такую, казалось бы, обычную процедуру, как замена ATF лучше и надежнее выполнять на специализированной станции по ремонту автоматических трансмиссий.

Должно быть на уровне?

Один из самых острых вопросов, о который было сломано немало копий - уровень ATF. Как его выставлять и проверять? Большая часть спецов уверенно заявляет: "Уровень масла (ATF) в автоматической коробке передач проверяется при работающем двигателе и установке рычага в положение "Р". Это утверждение правдиво, однако далеко не для всех АКПП. К примеру, возьмем некоторые модели марки Honda и их американские аналоги Acura. У них уровень масла проверяется также после достижения рабочей температуры, но только при заглушенном двигателе. В других авто этой марки уровень выставляется на работающем двигателе. Есть и АКПП, в которых уровень масла проверяется при установке рычага в положение "N". Именно в этом режиме на них не блокируется контур охлаждения и, следовательно, метки на щупе показывают правильный уровень. Если на такой АКПП выставлять уровень в положении Р, то можно недолить в коробку несколько сотен граммов. Такие коробки передач используются на переднеприводных автомоби-

лях Mitsubishi, Hyundai, на внедорожниках Cherokee, но, опять же, далеко не на всех. Например, Jeep Cherokee может комплектоваться как американской трансмиссией производства фирмы Chrysler, так и японской АКПП фирмы Aisin Warner. На японской коробке уровень масла проверяется в режиме Parking, на американской - в режиме Neutral. На некоторых авто европейского производства нет постоянного, привычного на других авто, щупа с метками уровня, в таком случае на пункте замены масла должен быть специальный сервисный щуп. В некоторых моделях для европейского рынка уровень масла в АКПП выставляется при определенной температуре, совсем "внештатной". При всем этом разнообразии не каждый специалист может правильно определить тип коробки и, как следствие, правильную методику выставления уровня ATF.

Каков риск при неправильном определении уровня масла для АКПП? Недолив приводит к тому, что насос вместе с маслом начинает захватывать воздух. В результате образуется воздушно-масляная эмульсия, которая имеет низкую теплоемкость и теплопроводность. Этот эффект еще называют "вспениванием" масла. Следствием этого будут снижение давления в системе управления, плохой отвод тепла из АКПП, ухудшение смазки трущихся элементов. Эксплуатация автомобиля со вспененным маслом в АКПП быстро выведет коробку из строя. Впрочем, масло может вспениваться и при превышении допустимого уровня. В этом случае в ATF начинают окунаться вращающиеся детали АКПП и вспенивают его. Однако это происходит не сразу, а после основательного прогрева трансмиссии, особенно после движения на высоких оборотах двигателя. Результат работы в таком режиме тот же - быстрый износ и дорогостоящий ремонт.

Подготовил

Виктор Кондратенко



Хорошая новость в тяжелое время

Гидравлическое масло MEHF от Addinol обеспечивает 14% экономии топлива



Гидравлическое масло призвано передавать усилия механизмов в многочисленных строительных и сельскохозяйственных автомобилях, а также в промышленном оборудовании. Без гидравлического масла не смогут работать ни современный мусоровоз, ни даже обычный легковой автомобиль (не забываем про усилитель руля!), не говоря уже об экскаваторах, бульдозерах, тракторах, промышленных гидропрессах и прочих гидравлических помощниках человека.

Для начала сделаем небольшое отступление. Известно, что 50 лет назад интервал замены моторного масла составлял всего лишь 1500 км. К тому же при каждой замене масла двигатель необходимо было промывать, так как в то время моторные масла не содержали присадок, обеспечивающих чистоту двигателя. Сегодня моторное масло в легковых автомобилях меняется через 15-25 тыс. км пробега, а в некоторых грузовиках этот показатель доходит даже до 100 тыс. км. Промывка двигателя ушла в прошлое, сегодня используются синтетические, топливосберегающие и прочие высокоэффективные моторные масла. Все эти высокотехнологичные достижения моторных масел больше на слуху, чем совершенствование "гидравлики", и напрасно. В последние годы в развитии гидравлических жидкостей произошел не менее серьезный качественный прорыв, сопоставимый со стремительным развитием моторной группы. Гидравлические жидкости нового поколения сокращенно называются MEHF, что происходит от английского выражения Maximum Efficiency Hydraulic Fluid. Максимальная эффективность данных масел обусловлена, прежде всего, уменьшением трения между движущимися рабочими поверхностями, а также снижением внутреннего трения рабочей жидкости. Одним из важнейших показателей гидравлической жидкости является стабильная вязкость (текучесть, "густота") при различных рабочих температурах. Обычные гидравлические масла зачастую слишком сильно загустевают при низких температурах (например, зимой), а при высоких - становятся чересчур жидкими (менее 10 мм²/с). Слишком густое масло приводит к чрезмерному расходу топлива, а слишком жидкое - к интенсивному износу деталей. Ранее использовались так

называемые всесезонные гидравлические масла класса HVLP, чья морозостойкость значительно лучше, чем у обычных масел HLP. Однако, по сравнению с маслами MEHF, их вязкость намного сильнее зависит от температуры, особенно в области высоких температур.

Согласно результатам проведенных лабораторных испытаний, коэффициент полезного действия гидравлической системы зависит в основном от вязкости масла со стороны всасывающего отверстия насоса. Доказано также, что гидромеханические потери энергии в лопастных насосах, функционирующих на обычном гидравлическом масле (индекс вязкости 100, далее VI=100) при температуре 0°C (обычная температура зимой в нашем регионе) в два раза выше, чем при использовании гидравлических жидкостей MEHF (VI=200).

Лабораторные испытания конкретных гидравлических жидкостей MEHF (VI=179) показали более высокий КПД по сравнению с маслами SAE 10W (на 22%), гидравлическими маслами ISO VG 46 (на 14%) и жидкостями ATF (на целых 32%).

В статье "Ganzjahres-Hydrauliköl vs. Maximum Efficiency Hydraulic Fluid", опубликованной в журнале "Mobile Maschinen" (издание 4/2008), приводятся результаты различных полевых испытаний гидравлической жидкости MEHF (VI=200) в экскаваторе CAT и фронтальном погрузчике. По сравнению с маслом класса HVLP (VI=142), рекомендованном заводом-изготовителем, была отмечена экономия топлива в размере 13,6-15,5% (объем выработанного грунта на 1 л дизельного топлива) и рост производительности на 14,3-15,7% (объем выработанного грунта за 1 ч).

В Германии фирма Addinol провела несколько собственных опытов для расчета экономии при использовании масел MEHF. Испытания проводились в мобильной и стационарной гидравлических системах с объемом рабочей жидкости 200 и 1500 литров соответственно. Затем сравнили MEHF масло Addinol HV ECO FLUID и масло HLP. Годовая экономия в мобильной гидравлике составила 4490,10 евро, а в стационарной - 3087,46 евро. В нашей стране поставщиками MEHF масел Addinol HV ECO FLUID являются партнеры Addinol в разных областях Украины, контакты которых можете найти на сайте www.addinol.ua



«Агро-Союз» объявила об изменениях в фасовке Neste Oil



Официальный импортер Neste Oil в Украине, компания «Агро-Союз», заявила, что новая канистра емкостью 20 литров разработана специально для смазочных материалов и имеет форму «чемоданчика». Модернизированная упаковка создана для удобства потребителей. Во-первых, масло легче выливается благодаря специальному воздушному отверстию и расширенному горлышку. Во-вторых, горлышко канистры запечатано фольгой, что позволяет предотвратить выливание масла во время транспортировки и хранения.

На боку этой упаковки предусмотрена прозрачная шкала, которая помогает контролировать расход масла. Кроме того, на всех канистрах нанесен логотип Neste Oil. Это гарантирует потребителям, что масло является оригинальной продукцией.

Компания Neste Oil является самым крупным производителем топлива в северной Европе и одним из ведущих производителей высокотехнологичных базовых масел, являющихся основой современных высококачественных смазочных материалов. При разработке продукции Neste Oil учитывались суровые северные условия с очень большими сезонными перепадами температур.

Смазочные материалы Neste Oil производятся в основном из собственных базовых масел Nexbase и воплощают в себе новейшие технологии, которые обеспечивают защиту двигателя и узлов автомобиля от износа, продленные периоды замены масла, а также экономию топлива.

Ассортимент продукции Neste Oil включает в себя широкий спектр смазочных материалов, технических жидкостей и химикатов для транспорта и промышленности, сертифицированных согласно международным стандартам ISO 9001, 14001 и OHSAS 18001.

Новая продукция «Леол»

Идя навстречу наиболее молодой и активной аудитории потребителей, «Лебединский нефтемаслозавод» освоил производство четырех новых видов продукции: Леол CROSS M 2T, Леол CROSS S 2T, Леол CROSS M 4T, Леол CROSS S 4T. Это серия масел для двух- и четырехтактных мотоциклетных двигателей. Масла будут выпускаться в хорошо зарекомендовавшей себя упаковке - канистрах объемом 1 и 4 литра. Коллектив завода выражает надежду, что данный продукт удовлетворит спрос самого взыскательного потребителя.

ООО «Лебединский нефтемаслозавод», Сумская обл., г. Лебедин, ул. 19 Августа, 8,
тел.: (05445) 2-27-16, 2-11-69, www.leol.ua

Автомобили стали слишком тихими и это опасно

Если на протяжении долгого времени автопроизводители боролись с излишней шумностью своих детищ, постоянно совершенствуя звукоизоляцию, то теперь, похоже, возникшая новая ситуация поставила их в тупик. Как считают шведские ученые, в современных автомобилях слишком тихо, а это, в свою очередь, создает опасности, о которых раньше никто не задумывался. «Мы используем слух, чтобы понимать окружающий нас мир. Но в современных машинах мы используем только глаза, поскольку в салоне чересчур тихо», — заявил исследователь из Университета Шалмерс в Гетеборге Фанг Чен в интервью шведскому радио.

Вместе со своими коллегами она разрабатывает систему преобразования «заборного» шумового фона посредством компьютера в сигналы, предупреждающие об опасных ситуациях. Иными словами, речь идет об усилении звуков, присутствующих в дорожной среде. По принципу действия это похоже на сенсоры, установленные в некоторых автомобилях и помогающие водителям маневрировать задним ходом, предупреждая об опасном сближении с какими-либо предметами.



Помимо шумоизоляции, определенные проблемы связаны и с теми автомобилями, которые в принципе производят меньше шумов, например, электромобили. Так, слепые и слабовидящие американцы уже выступили с необычным заявлением — они обвинили производителей современных гибридных и электрических автомобилей в том, что из-за этих экологически чистых транспортных средств люди могут попасть в аварию, передает «Радио Маяк». Дело в том, что пешеходы с очень плохим зрением (не говоря уже про слепых) обычно ориентируются в городе на слух. А гибридные и электрические двигатели практически не издают звуков, и слепые их просто не слышат и имеют много шансов попасть под колеса.

Интересно, что в США проблема бесшумности гибридных и электрических автомобилей периодически обсуждается. Производители даже рассматривают вопрос установки на свои модели специальных звуковых сигнализаторов.

Влияние глобализации на отраслевой рынок



Глобализация - процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации. Основные последствия этого явления - мировое разделение труда, миграция в масштабах всей планеты капитала, трудовых и производственных ресурсов, стандартизация законодательства, экономической составляющей и технологических процессов.

Глобализация активно развивается в наукоемких отраслях промышленности, к которым относятся и автомобильная. Сегодня мы видим, как происходят слияния компаний вне зависимости от государственной или национальной принадлежности. Это касается не только "легковой" части автопрома, но также компаний, выпускающих грузовые автомобили, автобусы, спецтехнику, автозапчасти и оборудование для сервисных станций.

Из всех этапов производства в автомобилестроении самыми дорогими являются научно-конструкторские разработки, поиск новых технологических решений. На данные изыскания в денежном эквиваленте приходится от 4 до 8 % объема продаж.

Согласно аналитическим выводам, объем научно-исследовательских работ с каждым годом будет прибавлять

по 0,1% (возможно более), т.к. продукция, производимая компаниями, становится все более технологичной. В недалеком будущем затраты на НИР составят в денежном эквиваленте более 20% от объема готовой продукции, но к тому времени автомобили превратятся в нечто большее, чем средство передвижения.

Научно-исследовательские работы и последующий запуск в серийное производство становятся все более дорогостоящими, и даже многие известные бренды не могут позволить себе в одиночку разрабатывать отдельные элементы и стремятся как можно больше унифицировать отрасль для снижения издержек.

В былые времена разработка и постановка на конвейер нового автомобиля занимала десятилетие и более. Но сейчас потребитель требует об-

новления модельного ряда уже через три года. В Советском Союзе автомобиль ВАЗ-2110 начал разрабатываться в конце 70-х годов двадцатого века, а появиться должен был примерно в середине 80-х. Но в связи с переменами, произошедшими в нашей стране, дальнейшая проектировка и запуск нового автомобиля в серию были отложены до середины 90-х годов. В результате автомобиль увидел свет на десятилетие позже намеченного срока, и к моменту запуска в серию морально устарел.

Требования, предъявляемые потребителем автомобилей ВАЗ в 80-е годы, сильно отличаются от требований к ним уже в 90-х годах. Если бы не поддержка государством отечественного автомобилестроения, Россия сегодня не имела бы вообще ни одного национального производителя. Сейчас денежные "вливания" не решают вопрос; необходимо привлечение высококвалифицированных специалистов, использование в производстве современных технологий, а это, в свою очередь, - существенные денежные средства. Компания, не успевающая удовлетворить потребности потребителей на рынке, тут же уступает место другой, с более гибкой политикой, более универсальной, умеющей оперативно подстраиваться под желания и требования покупателей. Поэтому многие автомобилестроительные компании, производители запчастей и различного оборудования для обслуживания автомобилей стараются объединиться в альянсы или, в крайнем случае, поглотить своих конкурентов, тем самым добившись еще большей эластичности на рынке.

Альянсы таких компаний позволяют сократить стоимость научно-исследовательских работ, и в результате совместной деятельности получить качественный продукт с приемлемой ценой, а также наладить сбыт не только в отдельно взятом регионе.

На примере концерна Bosch можно увидеть, как процесс глобализации и рынок изменили саму компанию, являющуюся уже международным производителем автомобильного и промышленного оборудования, потреби-



Peugeot 4007, Citroen C-Crosser и Mitsubishi Outlander XL - буквально близнецы-братья...

тельских и бытовых изделий.

В 1886 году Роберт Бош создал компанию "Мастерская точной механики и электротехники", в дальнейшем переименованную в Robert Bosch GmbH. Сегодня Robert Bosch GmbH является транснациональной корпорацией, насчитывающей около 270 дочерних компаний и свыше 12 тысяч сервисных центров в более чем 140 странах мира.

Концерн добился превосходных результатов путем слияния и взаимовыгодного сотрудничества с Siemens AG, Mannesmann Rexroth AG и другими компаниями.

Другим ярким примером сотрудни-

чества автопроизводителей можно считать совместную разработку концерна Mitsubishi Motors и Peugeot Citroen. Их общим детищем стала автомобильная платформа, если не сказать больше - целый автомобиль, но "перелицованный" каждой компанией под свой имидж. Mitsubishi Outlander XL, Peugeot 4007, Citroen C-Crosser схожи не только внешне, но и внутренней отделкой (включая салон и начинку автомобиля). В салоне автомобилей все одинаково: орпедо, кресла, приборы, электроника и многое другое. Возникает вопрос: для чего стоило делать такие похожие автомобили, чего хотели добиться автомобильные компании?

У объединенного концерна Peugeot Citroen еще не было автомобиля, занявшего пустующую нишу внедорожников в модельном ряду, а идеальным партнером в создании такого автомобиля выступила компания Mitsubishi Motors с ее богатым опытом производства автомобилей подобного класса. Совместное проектирование дало возможность достаточно быстро получить автомобиль в модельный ряд, сэкономить средства на разработку новых систем, узлов и агрегатов, добиться необходимого качества и снизить себестоимость производства. При этом техническое обслуживание подобных автомобилей намного дешевле, а запчасти более доступны.

В рамках глобальной экономики невыгодно производить все комплектующие именно на своих мощностях, да и ни у одной мировой компании не хватит средств на такое производство. Ведь, в конечном счете, издержки, связанные с проектированием, инвестициями в производственно-технологические мощности и соблюдением соответствующего качества продукции, отрицательно влияют на микроэкономические показатели компании. Принципиальным фактором становится выбор поставщика или подрядчика, поставляющего комплектующие на конвейер.

Владимир Овсянников

Преимущества процессов глобализации:

- снижение издержек на научно-исследовательские работы и производство;
- совместимость (стандартизация) продукции, при желании один продукт можно заменить другим;
- соотношение «цена-качество»;
- рост прибылей компаний (но он весьма ограничен);
- расширение географии продаж продукта;
- рост предоставления дополнительных услуг компаниями-производителями.

Недостатки процессов глобализации:

- уменьшение разнообразия, т.е. индивидуальности каждой модели;
- медленный, но стабильный рост стоимости продукта (запчастей, оборудования, автомобилей);
- монополизация рынка;
- влияние мировых кризисов на все области производства.

Автомобильная реклама и американская культура



Ни в одной стране мира автомобиль не является столь значимым элементом образа жизни, как в США. Как, почему и зачем формировалось отношение американцев к своему «четыреколесному другу»?

Чтобы поставить общественность в зависимость от автомобилей, фактически монополизировав отрасль наземного транспорта, автомобильные корпорации и компании, занимающиеся сопутствующим бизнесом, стремятся активно вводить автомобильную рекламу в национальную культуру. В Соединенных Штатах интенсивные рекламные кампании ведутся на протяжении нескольких поколений — с 1920-х годов, и в настоящее время автомобильная идеология укоренилась в сознании многих американцев.

В качестве примера можно привести образцы рекламы автомобилей, которая публиковалась в журнале National Geographic в период между 1937 и 1992 годами. Скорее всего, исследования рекламных объявлений на щитах, в газетах, на радио и на телевидении покажет, что они отражают аналогичную идеологию.

Автомобильная реклама в 1920-х и 1930-х годах была направлена на расширение массового рынка новых технологий за счет распространения час-

тного автомобильного транспорта. В тот же период (в чем можно легко убедиться) реклама альтернативных транспортных средств, например, троллейбусов и дизельных автобусов, намеренно деградировала, становясь неэффективной или вообще исчезая.

В автомобильной рекламе упор был сделан на практичность, легкость обслуживания и надежность. Пример 1937 года: «Этот автомобиль — самый прочный, и он способен двигаться при любых погодных условиях», — говорит сельская медсестра Маргарет Дейвисон (бренд Plymouth). Очевидно, что эта реклама вызывает к практичности, и подобные объявления вряд ли способны взволновать потенциальных покупателей автомобилей.

После Второй мировой войны, по мере глубокого спада объемов общественных пассажирских перевозок и быстрого роста парка частных автомобилей, рекламные объявления отошли от восхваления потребительских качеств автомобиля. Новое «сообщение», закодированное в рекламе, говорило: «правильный» автомо-

биль способен удовлетворить предполагаемые или сфабрикованные «потребности» человека (попросту говоря, его «желания»). Теперь автомобиль редко упоминается в качестве приспособления для перемещения «из пункта А в пункт Б». Скорее, автомобиль стал — и остается сегодня — эфирным джинном, способным удовлетворить глубинные желания и даже сны покупателя.

Так что же такое автомобиль? Согласно мнению автопроизводителей, это нечто гораздо большее, чем просто транспорт. Агрессивная автомобильная реклама привела к тому, что большинство американцев считают — автомобиль может дать им:

Азарт — «Движение Hydra-Matic Oldsmobile 88 подобно полету ракеты» (1951 год).

Успех — «Встреча владельцев Cadillac! Чем выше подъем по ступеням лестницы бизнеса, финансов и промышленности, тем более любимым становится Cadillac. Это нечто не совсем обычное... для лучшей американской корпорации важно иметь всех членов правления в списке владельцев Cadillac. ...это самая уважаемая группа автомобилистов». (1955 год)

Мощь — «Вызов резервов одним прикосновением вашего пальца! Ford дает более 225 лошадиных сил для мгновенного ускорения в тот момент, когда это нужно! Узнайте больше о подобном молнии Ford V-8 с его самой любимой в мире «восьмеркой». Этому двигателю достаточно подмигнуть — а движение со свистом у него всегда наготове» (1956 год).

Статус — «Умеющий видеть в любом месте, где собираются люди из цвета нации, как правило, отметит удивительно большое количество автомобилей Cadillac ... Таков выбор тех, кто живет без ограничений. И насколько же хорошо они выбрали. В красоте, в роскоши, в исполнении... Дилер сочтет честью служить вам ...» (1956 год).

Скорость — «В движении эта малышка способна дернуть за хвост кого угодно ... пилотируйте ее вне пробок, на открытой дороге. ... Сейчас вы находитесь за рулем самого захватывающего автомобиля в мире. ... Плав-



«Движение Hydra-Matic Oldsmobile 88 подобно полету ракеты» (1951 год).



«Для лучшей американской корпорации важно иметь всех членов правления в списке владельцев Cadillac» (1955 год)



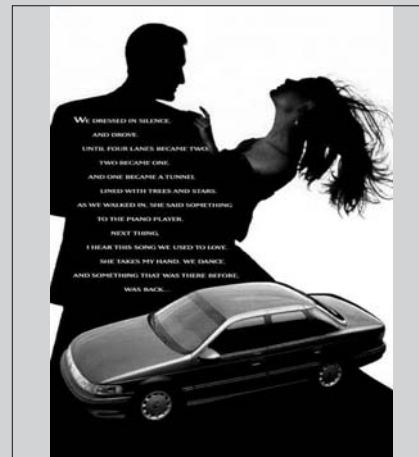
«Сейчас вы находитесь за рулем самого захватывающего автомобиля в мире. ... Плавный поток мощности, захватывающая быстрота!» (1957 год)



«...Крыша в стиле, отличающемся от любого другого автомобиля. Хотите поднять верх у Caprice? Это легко» (1966 год)



«Правда, было бы неплохо иметь Машину Исчезновения?» (1970 год)



«Мы одеты в молчание...» (1992 год)

ный поток мощности, захватывающая быстрота!» (1957 год, Chrysler De Soto).

Секс – «Дамы любят играть с Cadillac... Это действительно одно удовольствие – вести эту машину ... убедитесь в легкости и послушности этой ручки ... плавный и легкий в движении... быстрый и проворный в переключениях» (1963 год)

Стиль (и снова секс!) – «...Крыша в стиле, отличающемся от любого другого автомобиля. Хотите поднять верх у Caprice? Это легко» (1966 год, Chevrolet Caprice Custom Coupe).

Музыкальность – «Слушай!.. это новое... Кассетный стереопроигрыватель, который добавляет новое измерение удовольствия для владельцев Thunderbird» (1966 год, Ford)

Смелость – «Он настолько невооружен и склонен к риску, что ваши способности удвоятся... одолей этот холм... или какое-либо другое опас-

ное место. Несравненная безопасность, веселье и приключения» (1966 год, Jeep Wagoneer)

Тяга к уединению и защищенности – «Ежедневная монотонность. Дилеммы. Решения. Подробности. Правда, было бы неплохо иметь Машину Исчезновения? Сегодня она уже существует, и она реальна. И теперь, слава Богу, вы готовы расслабиться. Сесть... в автомобиль, который дает вам целительное ощущение бархатной перчатки... он уютен, как колыбель... он будет нежить вас... он удовлетворит ваше чувство стиля...» (1970 год, Oldsmobile 98).

Стабильность – «Возьми его с собой в любое место, какое пожелаешь... Он готов ко всему. Если вы изголодались по мощи, вы сделали правильный выбор» (1986 год, Dodge Power Ram 50)

Романтичность – «Мы одеты в молчание. Мы едем. Вместо четырех

полос движения стало две. Две стали одной. А одна превратилась в тоннель... То, что было прежде, вернулось» (1992 год, Mercury Sable)

Тяга к приключениям – «Иди туда, где никто не проходил раньше... в движении ты защищен, как никто другой... Роскошный и очень личный» (1992 год, Ford Explorer)

Представителям других наций трудно понять американцев в их отношении к автомобилю. Но сами американцы (пусть и не все) себя хорошо понимают. «В настоящее время американский образ жизни не просто экономически базируется на автомобильных перевозках – отношение к автомобилю превратилось в религию, и те жертвы, на которые люди готовы пойти за эту религию, находятся вне сферы рациональной критики» (Льюис Мамфорд, 1963, «Дороги и города»).

По материалам зарубежных СМИ

НПП «Присадки» представляет маслораздаточное оборудование МРБ-5

Маслораздаточный блок нового поколения МРБ-5, поставщиком которого является ТМ "Славол", представляет собой самодостаточный быстромонтируемый комплекс, не требующий дополнительной комплектации на объекте монтажа. Предназначение - высокопроизводительная заправка моторными маслами легковой и большегрузной техники, мелкооптового и розничного дозированного отпуска в емкости всех видов. МРБ-5 позволяет отпускать 5 видов моторных масел, рабочий диапазон температур комплекса от -40°C до 60°C, что позволяет без проблем переносить сезонные смены климата. Также предусмотрены два выставочных стенда для фасованной продукции.

Кроме того, данное оборудование совместимо со всеми специализированными электронными контрольно-кассовыми аппаратами, внесенными в Госреестр, предусмотрена электронная регулировка точности отпуска, а также ведение учета отпуска по каждому пистолету в энергонезависимой памяти.

При установке МРБ-5 на АЗС вы получаете новый вид сервиса, и как следствие - увеличение потока клиентов. С применением этого современного оборудования, для конечного потребителя цена за 1 литр масла, снижается на 50%, по сравнению с фасованной продукцией. ТМ "Славол" полностью обеспечивает монтаж, настройку и обслуживание блока, предоставляя МРБ-5 "под ключ".

Оборудование защищено патентами по всему постсоветскому пространству.

НПП «Присадки», г. Кременчуг, тел.: (0536) 79-24-87, 79-24-88, e-mail: slavol@prisadki.poltava.ua

Federal-Mogul представила новый тестер для проверки тормозной жидкости



В ассортименте компании Federal-Mogul появился тестер FFT100A для проверки тормозной жидкости. Прибор будет полезен СТО, занимающимся ремонтом тормозных систем. Уникальность этого тестера состоит в принципе его работы - несколько капель тормозной жидкости забирается непосредственно из расширительного бачка автомобиля и нагревается до кипения. Это позволяет получать наиболее точные параметры работы системы, основанные на реальных измерениях, а не теоретических данных замеров электропроводности или других физических свойств тормозной жидкости. Прибор одобрен международными стандартами (SAE, FMVSS и т.д.).



- ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ

Количество продающихся в Украине автомобилей очень быстро растет. Соответственно, растет объем сервисных и ремонтных работ. А значит, для сотрудников СТО всегда есть дело.

Но как отопить помещение станции в холодный зимний сезон? Этот вопрос снова актуален. Один из эффективных путей решения данной проблемы - это отопительное оборудование на отработанном масле. В его производстве передовые позиции занимает компания CleanBurn (США).

О преимуществах использования данного оборудования рассказывает Владимир Колесник, заместитель директора ООО "Автогруппа-Украина", г. Киев.

- Владимир, чем занимается ваша компания и где вы используете оборудование CleanBurn?

- Мы предоставляем услуги пассажирских перевозок. Для обслуживания наших автомобилей используем мощности собственной СТО. Именно для отопления станции в холодный период три года назад мы приобрели оборудование CleanBurn.

Специалисты компании "СВ ДАЛС" произвели грамотный монтаж в соответствии с нашими условиями и техникой безопасности. Они поставили воздушонагреватель на высоте двух метров над уровнем пола.

- Почему вы решили установить данный тип оборудования?

- Для нас это было логичным решением. Всем известно, что сервис транспорта предполагает слив отработанных технических жидкостей. А выбрасывать на ветер то, что еще может принести доход или, как в нашем случае, сэкономить ресурсы, - было бы просто глупо. Рассмотрев имевшиеся на рынке предложения, мы остановились на воздушонагревателе CleanBurn: он отвечал всем требуемым параметрам.

- "Отработки" хватает?

- В основном, хватает, но если ощущается дефицит, то можно использовать другие виды топлива, ведь это оборудование сжигает практически все.

- Какие преимущества для вашего бизнеса вы извлекаете из использования CleanBurn?

- Главное преимущество - это то, что наши люди зимой не мерзнут и



могут эффективно выполнять свою работу.

Во-вторых, это намного выгоднее всех других видов отопления, особенно с учетом того факта, что для нас отработанное масло - это, по сути, "подножный корм".

В-третьих, мы решили проблему отработки. Теперь не нужно ее куда-то везти да еще доплачивать за утилизацию.

В-четвертых, с оборудованием нет никаких проблем, а регламентное обслуживание качественно проводится специалистами компании "СВ ДАЛС".

ЧП «СВ ДАЛС»

г. Черновцы, ул. Русская, 86/3

тел./факс: (0372) 52-75-96,

(050) 434-37-75

e-mail: cleanburn@ukr.net, www.cleanburn.ru

Стенд восстановления геометрии кузова автомобиля от «Яныс»

Компания «Яныс» предоставляет универсальный передвижной стенд для рихтовки кузовов легковых автомобилей. Он состоит из подвижной рамы, на которую крепится кузов автомобиля. К ней присоединяется тяговая стойка с гидромеханической системой насадок и приспособлений, предназначенных для выполнения рихтовочных работ. Конструкция стенда обеспечивает быстрый монтаж поврежденного кузова, свободный доступ к важным зонам ремонта и перемещение в нужную часть помещения. Гидромеханическая натяжная стойка, оснащенная поворотным узлом системы «револьвер» и силовым гидравлическим цилиндром, позволяет создавать тяговое усилие до 10 т, приложенное к любой точке кузова автомобиля. Поперечные балки рихтовочной площадки подвижные, что повышает удобство крепления автомобиля. Грузоподъемность стенда

составляет 3000 кг. В комплект поставки входят: стойка тяговая основная и дополнительная; приспособление для вытяжки лонжеронов; траверса подвижная под домкрат; захваты под BMW и Mercedes; захваты тяговые 45 мм и 100 мм; захваты с подвижными тягами; цепь тяговая с крюком; комплект гидравлики (2 ящика).

Стенд значительно дешевле от импортных аналогов и используется на рынке более 5-ти лет.



Частное предприятие «Яныс», г.Черкассы, ул. Энгельса, 170 тел.: (0472) 56-07-76; (050) 385-79-09, (094) 984-17-76 тел./факс: (0472) 64-16-00, e-mail: yanus-2005@ukr.net www.yanis.com.ua

ОБЛАДНАННЯ для автосервісу, автомийок, ТЕХ.ОГЛЯДУ

ВЕКТОР®

Станція очищення та рециркуляції води для автомийок НЕПТУН-555

м. Черкаси, вул. Хоменка, 7
тел.: (0472) 63-54-04, 633-544, (093) 290-88-88,
(050) 313-29-98, e-mail: vectorcx@gmail.com, http://vector.uch.net



*Отдел
рекламы
журнала
autoExpert
(044)
493-45-70*

АВТОСТАР

Виробництво та продаж обладнання для СТО та авто-майстерень

м. Черкаси
вул. Дахновська, 50
тел./факс: (0472) 33-04-21
тел.: (0472) 32-09-04
e-mail: sirius@avtostar.com.ua
www.avtostar.com.ua

Линии инструментального контроля БОШ для проведения тех. осмотров



ООО «Гарант Автотехник 2»

02660 Киев, пр-т Освободителей 13

Тел./факс: 8 (044) 543-8665, 8 (044) 223-57-60

Тел.: 8 (044) 599-2021, e-mail: gar@autotechnik.relc.com

ТОВ "ФОРС" www.force.org.ua e-mail: office@force.org.ua 02125, Україна, м. Київ, вул. П. Запорожця, 13-а т/ф +38 (044) 206-6006 /багатокан./ м.Харків: т/ф +38 (057) 738-0840/42 м.Одеса: т/ф +38 (048) 732-2395 м.Одеса: т/ф +38 (048) 777-0069 м.Львів: т/ф +38 (0322) 93-3521 м.Донецьк: т/ф +38 (062) 385-8220/85 м.Сімферополь: т/ф +38 (0852) 867-888	Дво- та чотирихвосткові підіймачі 2.5-6.5т від 2690 €	Стенд для правки кузовів від 2700 €	Фарбувальні камери від 10223 €
Комп'ютерна діагностика від 1100 €	Шиномонтажний стенд від 860 €	Комп'ютерні стенди розвал/сходження від 6600 €	Стенди для обслуговування кондиціонерів від 2800 €

Автосервисное оборудование. Прайс-листы

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
ПОДЪЕМНИКИ			
2 ст., 3 т	от 12900 грн.	(0472) 41-70-37	1
2 ст., 3 т, AGM, Италия		(044) 286-61-04	6
Ножничный (с площадкой и траверсой)	6000 USD	(067) 470-22-96	7
Двухстоечные 3,2 т	2600 USD	(067) 832-28-77	7
2 ст., 3 т, эл.-гидравлический AM, Чехия	3250 евро	(0322) 99-19-53	3
2 ст., 3 т, эл.-мех. AGM, Италия	3230 евро	(044) 286-61-04	6
2 ст., 3,2 т, эл.-гидравл., Италия, Китай	2000 USD	(044) 592-27-33	8
2 ст., 3,6 т, эл.-гидравлический AM, Чехия	3500 евро	(0322) 99-19-53	3
2 ст., 4 т, эл.-гидравл., Италия, Китай	2300 USD	(044) 592-27-33	8
2 ст., 4 т, эл.-гидравлический AM, Чехия	4000 евро	(0322) 99-19-53	3
2 ст., 4,0 т, гидравлический, Нидерланды		(044) 467-60-70	5
2 ст., 4,5 т, гидравлический Trommelberg		(044) 467-60-70	5
Ножничные, 3,0 т, эл.-гидравлич., PANDA, Италия	2900 евро	(0322) 99-19-53	3
2 ст., 5,5 т, эл.-гидравлический AM, Чехия	5000 евро	(0322) 99-19-53	3
4 ст., 4 т, эл.-гидравлический OMA 526B Италия	6200 евро	(0322) 99-19-53	3
2-4 ст., 3-20 т, AGM, Италия		(044) 286-61-04	6
4 ст., 4 т, AGM, Италия		(044) 286-61-04	6
4 ст., 4,5, гидравлический Trommelberg		(044) 467-60-70	5
Траверса, 2,0 т, гидравлическая OMA-542.05/03 Италия	1200 евро	(0322) 99-19-53	3
Ножничный, 4 т, эл.-гидравлический	1500 USD	(044) 592-27-33	8
Подъемники, 3 т и др.	догов.	(0472) 33-04-21	2

ШИНОМОНТАЖНЫЕ СТЕНДЫ

Автомат, 10-20.5?, RAV, Италия	(044) 286-61-04	6
Автомат Sirius (комплект), Италия	10500 грн.	(0472) 32-09-04 2

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
Автоматический 12-23?, эл.-пневм., Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	5
Для грузовиков, 14-26?, Beissbarth, Германия		(044) 467-60-70	5
Для грузовиков, 14-26?, Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	5
П/авт., Sirius (комплект), Италия	8900 грн.	(0472) 33-04-21	2
П/авт., 10-20.5?, RAV, Италия		(044) 286-61-04	6
П/авт., 12-21?, эл.-пневм. Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	5
П/авт., 12-22?, эл.-пневм. Beissbarth, Германия		(044) 467-60-70	5
Шиномонтажные стелды «Орион-М»	7600 грн.	(0472) 41-70-37	1
Шиномонтажные стелды легковое, грузовое в ассортименте	от 900 USD	(044) 592-27-33	8

БАЛАНСИРОВОЧНЫЕ СТЕНДЫ

Адаптер д/восстан. колес: «Бычок», «ГАЗель», нестандарт. колеса, Укр.		(044) 467-60-70	5
Балансировочные стелды	7350 грн.	(0472) 33-04-21	2
Beissbarth 10-26 Германия	2200 евро	(0322) 99-19-53	3
Балансировочные стелды	от 900 USD	(044) 592-27-33	8
Балансировочный стелд, авт/полуавт., RAV, Италия		(044) 286-61-04	6
Стелд балансировочный 1920, Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	5
Стелд балансировочный 1950, Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	5
Стелд балансировочный Beissbarth, Германия		(044) 467-60-70	5
Стелд балансировочный компьютерный ST-Maxi, Украина		(044) 467-60-70	5

МАТЕРИАЛЫ И ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ШИНОРЕМОНТА

МАТЕРИАЛЫ И ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ШИНОРЕМОНТА			
Борторасширитель для колес груз. авто	3700 грн.	(0472) 33-04-21	2
Вулканизатор винтовой, пневматический	от 2700 грн.	(0472) 32-09-04	2
Вулканизатор универсальный для шин и камер	от 2200 грн.	(0472) 41-70-37	1

BERUF-AUTO

тел./факс: (044) 390-11-06

тел.: (066) 767-24-27, (050) 313-38-15, (067) 111-11-67

(067) 47-404-47, (067) 501-11-55

e-mail: diachuka@ukr.net, secomat@i.ua, www.beruf-auto.com.ua



Балансировочные
стелды



Шиномонтажные
стелды



Подъемники



Обогреватели
воздуха



Лаборатория по
подбору автоэмалей
Sikkens и Lesonal

FUTURA YOKI



Покрасочные камеры и посты
подготовки



Рихтовочные стелды



Стелды для
регулировки геометрии
углов установки колес



Диагностическое
оборудование

ФОРМИРУЕМ ДИЛЕРСКУЮ СЕТЬ

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
Вулканизатор универсальный Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	5
Вулканизатор универсальный, винт. прижим, Lotus, Укр.		(044) 467-60-70	5
Вулканизатор универсальный, европрижим, «Асогис», Укр.		(044) 467-60-70	5
Вулканизаторы легковые, грузовые, универсальные	от 150 USD	(044) 592-27-33	8
Шиноремонтные материалы, грузы балансировочные, в ассорт.		(044) 592-27-33	8

ДИСКОПРАВИЛЬНЫЕ СТЕНДЫ

Гидравлический дископравильный стенд Lotus 4		(044) 467-60-70	5
Дископравильные станки от производителя	от 11700 грн.	(0472) 33-04-21	3
Дископравильные станки, в т.ч. «ГАЗель»	от 9950 грн.	(0472) 41-70-37	1
Дископравильный стенд 12-21? Lotus 3		(044) 467-60-70	5
Станок для рихт. литых колес Sirius-Grad, от произв.	15500 грн.	(0472) 32-09-04	2
Стенды для рихтовки колес	от 1700 евро	(044) 592-27-33	8

СТЕНДЫ РЕГУЛИРОВКИ РАЗВАЛА/СХОЖДЕНИЯ

Разв.-сх.	3000 грн.	(0472) 41-70-37	1
Разв.-сх. инфракрасный 8-сенсорный	8500 евро	(044) 592-27-33	8
Разв.-сх. инфракрасный RAV, Италия		(044) 286-61-04	6
Разв.-сх. лазерный		(044) 467-60-70	5
Разв.-сх. лазерный, с привязкой к задним колесам СКВО		(044) 467-60-70	5
Разв.-сх. Лазерный Vision, от производителя	4200 грн.	(0472) 33-04-21	3
Разв.-сх. «Панорама»	от 600 USD	(057) 759-63-67	4
Стенд компьютерный 8-сенсорный Beissbarth, Германия		(044) 467-60-70	5
Стенд компьютерный 8-сенсорный Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	5
Стенды геометрии кузова	от 5800 евро	(044) 286-61-04	6

ВСПОМОГАТЕЛЬНОЕ, РЕМОНТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТ

Автослесарный профессиональный инструмент, в ассортименте	(044) 286-61-04	6
---	-----------------	---

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
Домкрат, 4 т, пневматический, H=440 мм, Укр.		(044) 467-60-70	5
Домкрат, 0,3 т, д/облег.снятия и устан. КПП, балок		(044) 467-60-70	5
Домкрат, 3 т, пневматический, H=380мм, Укр.		(044) 467-60-70	5
Домкраты подкатные		(044) 286-61-04	6
Зачищающие пневмомашинки Chicago Pneumatic, США	от 90 USD	(044) 254-21-04	6
Кран д/снятия и установки ДВС, 0,5 т		(044) 467-60-70	5
Пневматический инструмент, в ассортименте		(044) 286-61-04	6
Пневмоинструмент, Италия, Германия		(044) 592-27-33	8
Пневмонабор д/каждодневных работ, Италия		(044) 467-60-70	5
Пресс гидравлический, 20 т		(044) 467-60-70	5
Пресса пневмогидравлические 5-70 т	800 грн.	(044) 592-27-33	8
Пресса гидравлические OMA Италия		(0322)99-19-53	3
Пуско-зарядные устройства, Италия		(044) 286-61-04	6
Специнструмент в ассортименте		(044) 592-27-33	8
Трансмиссионные стойки, краны, сталея	от 40 евро	(044) 592-27-33	8

СТЕНДЫ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ГЕОМЕТРИИ КУЗОВА, ИНСТРУМЕНТ

Autorobot, эл.-измерительная система с радиоконтролем		(044) 286-61-04	6
Рихт. инструмент Picard		(044) 286-61-04	6
Рихтовочные стенды Autorobot, Финляндия		(044) 286-61-04	6
Станки для правки кузовов MAXIMA	12500 USD	(067) 470-22-96	7
Рихтовочные стенды, инструмент	от 20 евро	(044) 592-27-33	8

ДИАГНОСТИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Автосканер	от 1200 грн.	(057) 759-63-67	4
Диагностическое оборудование в ассортименте		(057) 759-63-67	4
Диагностический набор, Финляндия		(044) 467-60-70	5
Диагностическое оборудование		(044) 592-27-33	8

ВИБРОНИК АВТОСЕРВИСНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

- Апарат очистки воды для мойки авто «Криница»
- Автопідіймачі 2-х, 4-х стійкові
- Дископравильні верстати
- Шиномонтажні верстати
- Балансувальні верстати
- Стенди розвалу схождения коліс
- Стенд відновлення геометрії кузова автомобіля
- Проточка гальмівних дисків

Черкаси, вул. Енгельса, 170
Тел./факс (0472) 64-16-00
(050) 385-79-09

Обладнання для СТО Підіймачі Дископравильні станки Стенди розвалу-схождения Балансувальні станки

ПВКФ «Вікторія С.»
м. Київ, пров. Куренівський
буд. 19/5, офіс 358 (3 поверх)
тел.: (044) 467-60-70
тел./факс: (044) 467-66-76
e-mail: lotus_vs@ukr.net

ОБОРУДОВАНИЕ для СТО

напряжения питания 220/380V

6100\$

3.2т, 4.0т - от 2300\$

1380\$

развал-схождение

11500\$

3.0т. - 3800\$
3.5т. - 12500\$ с траверсой

6200\$

3050\$

от 1150\$

www.oleksa.biz тел.: (044) 401-50-50, (056) 743-56-02

Аккумуляторы VARTA, FORSE, ISTA, VOLTA, АККУМУЛЯТОР

• От 6ст44 до 6ст225 оптом и в розницу со склада в Киеве

• Зарядные и пуско-зарядные устройства

КАЧЕСТВО – это когда возвращается покупатель, а не аккумулятор!

Формируем дилерскую сеть

ТОВ «АФСО» www.afso.com.ua
г. Киев, тел.: (044) 529-91-23, 383-6-384, факс: (044) 569-44-85

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
Мотор-тестер «Степс»	1,500 грн.	(057) 759-63-67	4
Регулир. света фар универс. для л/а и г/а, Италия		(044) 467-60-70	5
Стенд очистки форсунок, Sprint-6	от 3500 грн.	(057) 759-63-67	4
Стенды д/ремонта ТНВД от ведущих фирм Европы и СНГ		(044) 467-60-70	5
Стенды проверки работоспособности свечей зажигания, Украина		(044) 467-60-70	5

КОМПРЕССОРЫ

100 л, пр-ть 335, 10 атм., мощ.– 2.2, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	5
100 л, пр-ть 850, 10 атм., мощ.– 5.5, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	5
200 л, пр-ть 550, 10 атм., мощ.– 4.0, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	5
270 л, пр-ть 850, 10 атм., мощ.– 5.5, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	5
50 л, пр-ть 335, 10 атм., мощ.– 2.2, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	5
50 л, пр-ть 510, 10 атм., мощ.– 3, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	5
500 л, пр-ть 1100, 10 атм., мощ.– 4+4, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	5
500 л, пр-ть 850, 10 атм., мощ.– 5.5, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	5
Компрессоры поршневые, винтовые	от 200 euro (044) 592-27-33	8

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЗАМЕНЫ МАСЛА

Установка д/замены масла	(044) 286-61-04	6
Установка д/замены масла, 16 л	(044) 467-60-70	5
Установка д/замены масла, 24 л	(044) 467-60-70	5
Установка д/замены масла, 60 л	(044) 467-60-70	5
Установка д/зам. масла OMA Италия в ассортименте	(0322) 99-19-53	3
Установка д/замены масла, 65 л	(044) 467-60-70	5
Установка для замены масла	от 120 евро (044) 592-27-33	8

МОЕЧНО-УБОРОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Мойки ВД, 100 атм., от 480 л/час, с подогрев., Lavorwash, Итал.	(044) 467-60-70	5
Мойки ВД, 120 атм., от 480 л/час, б/подогр., Lavorwash, Итал.	(044) 467-60-70	5

СТЕНД ВІБРОАКУСТИЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ «ДЕЛЬФІН-1М»

Призначений для локалізації джерела сторонніх звуків в технічних пристроях, робота яких супроводжується вібраціями. Можна встановити

суть та причини виникнення порушень у бензиновому / дизельному двигуні, а також ходовій частині автомобіля.

Гарантія 3 роки.



СТЕНД ДЛЯ ДІАГНОСТИКИ ТА ОЧИЩЕННЯ ЕЛЕКТРОКЛАПАННИХ ІНЖЕКТОРІВ «ЦИКЛОН-4», «ЦИКЛОН-4+2», «ЦИКЛОН-4+4»

Застосована авторська, перевірена на практиці технологія: створюються умови для кавітації промивної рідини, мікроскопічні гідроударі руйнують, а промивна рідина вилучає смолисті відкладення у робочому каналі інжектора.

Гарантія 3 роки.

Патент: № 5514 (22) 19.07.2001, (45) 17.12.2001, Бюл. № 11 ТУ У31.6-31531153.001-2001.



ISO 9001:2000
Система менеджмента
Сертифицирована ОС РУРС
Номер сертификата:
08.062.180



тел.: (0642) 719-581
716-380
(050) 505-75-10

**ЗАТ «Циклон»
м. Луганськ**

e-mail: info@cyclon.com.ua, www.cyclon.com.ua

НАШЕ ОБЛАДНАННЯ КУПУЮТЬ ВСІ

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
Мойки ВД, 120 атм., от 600 л/час, с подогрев., Lavorwash, Итал.		(044) 467-60-70	5
Мойки ВД, 125 атм., от 690 л/час, б/подогр., Lavorwash, Итал.		(044) 467-60-70	5
Пескоструйные аппараты	400 евро	(044) 592-27-33	8
Устройство для мойки колес		(044) 592-27-33	8

СВАРОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Сварочное оборудование	от 1500 грн.	(044) 592-27-33	8
------------------------	--------------	-----------------	---

Перечень фирм

1 Автомаш ЧП	(0472) 41-70-37, 41-71-22
2 Автостар ЧП	(0472) 33-04-21, 32-09-04
3 Альт-Индекс ЧП	(032) 299-19-53, 242-07-39
4 Васильев ЧП	(057) 759-63-67
5 Виктория-С ООО	(044) 467-60-70, 467-66-76
6 Карсистем Украина ООО	(044) 286-61-04
7 Компания ЛИК ЧП	(067) 470-22-96, (067) 832-28-77
8 Ремшина ООО	(044) 592-27-33

Все для покраски. Прайс-листы

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
--------------	------	---------	-----------

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПОКРАСКИ

Инфракрасные сушки (три излучателя)	800 USD	(067) 470-22-96	1
Камеры покрасочно-сушильные	от 13000 USD	(067) 832-28-77	1

Перечень фирм

1 Компания ЛИК ЧП	(067) 470-22-96, (067) 832-28-77
-------------------	----------------------------------

Обладнання для автосервісу

**Офіційний дилер фірми-виробника AUTO
MOTIV INDUSTRIAL a.s. (Чехія) в Україні**



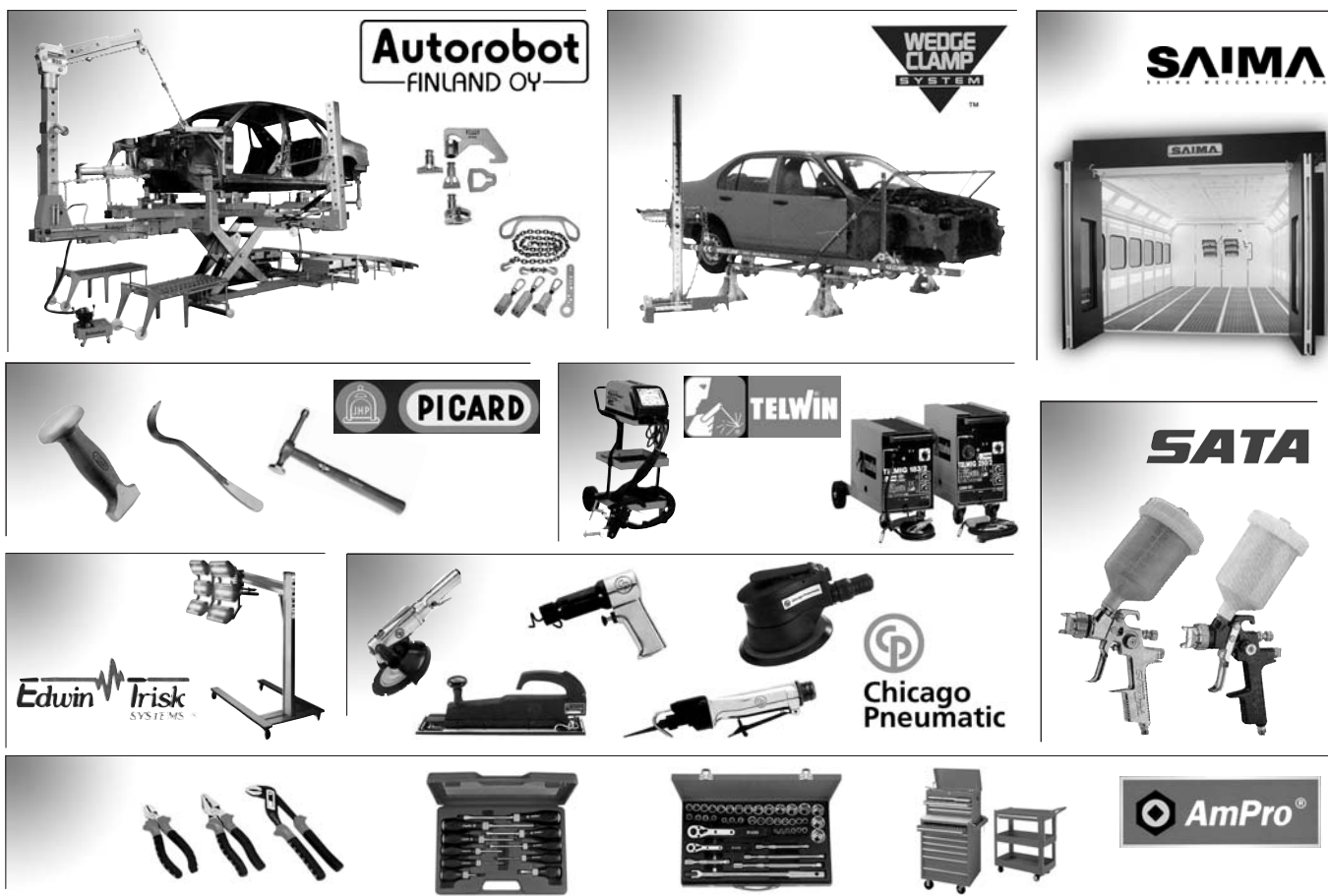
**м. Львів, тел.: (0322) 42-07-39, факс: (032) 299-19-53
www.favoryt.lviv.ua, e-mail: alt_index@ukr.net**



Гаражное оборудование



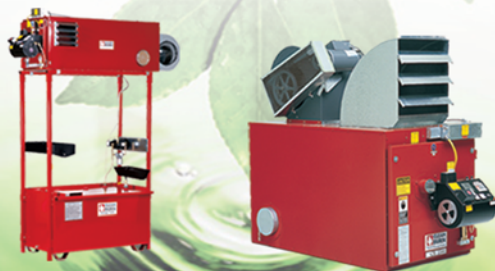
Оборудование и инструмент для кузовного ремонта



ПРЕВРАТИТЕ ОТРАБОТАННЫЕ МАСЛА В ДЕШЕВОЕ И ЧИСТОЕ ТЕПЛО

Энергосберегающие отопительные системы

CLEAN BURN
ENERGY SYSTEMS



- АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ. СЕРТИФИКАТ УКРЕПРО.
- ТЕПЛОВАЯ МОЩНОСТЬ – ОТ 45 кВт ДО 150 кВт.
- ОБСЛУЖИВАНИЕ – 1 РАЗ В ГОД
- УДОБНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ ЗА ПРЕДЕЛАМИ РАБОЧЕЙ ЗОНЫ.
- ТОПЛИВО – МОТОРНЫЕ, ТРАНСМИССИОННЫЕ И ГИДРАВЛИЧЕСКИЕ ОТРАБОТАННЫЕ МАСЛА, РАСТИТЕЛЬНОЕ МАСЛО.
- ЛИМИТИРОВАННАЯ ГАРАНТИЯ 10 ЛЕТ.

ЧП «СВ Далс»

моб/менеджер: (067) 372-69-08, моб/офис: (050) 434-37-75
тел/факс: (0372) 527-596, e-mail: cleanburn@ukr.net,
www.cleanburn.ru

ВЕСТА•МАРКЕТ ТОРГОВЫЙ ДОМ



г. Днепропетровск

ул. Далекая, 2, тел.: (056) 374-90-93 (95)

г. Киев

ул. Богатырская, 11

тел.: (044) 414-69-16, тел.: (044) 331-30-29

www.westa.ua

г. Днепропетровск, ЧП «Романец», тел.: 8056-712-61-97
г. Донецк, «Торговая компания ДОНЗАПЧАСТЬ», 8062-341-16-60 (61)
г. Киев, «INTER CARS», тел.: 8044-443-62-07
г. Краматорск, ЧП «Селезнев», тел.: 806264-126-93
г. Луганск, ООО «Шлях-Восток», тел.: 80642-34-36-30
г. Львов, ЗАТ «Галнафтохим», тел.: 8032-240-52-28
г. Львов, ООО «Автосезоны», тел.: 8032-297-06-84
г. Одесса, ООО «Аккумулясервис», тел.: 8048-715-10-08
г. Одесса, ООО «Колладжес», тел.: 80482-49-91-17
г. Полтава, «Автоцентр «Патриот» тел.: 80532-61-20-02
г. Сумы, ООО «РШС», тел.: 80542-653-800
г. Харьков, ООО «ВТП», тел.: 8057-733-12-12 (60)
г. Хмельницкий, «Автолидер» тел.: 80382-78-50-10
г. Хмельницкий, ООО «АВР-Сервис», тел.: 80382-76-24-11, 72-00-96



АВТОНОМНЫЕ ОТОПИТЕЛИ

Генеральный представитель

«J.EBERSPÄCHER GmbH & Co» в Украине

ООО «ГерУкр & К», тел.: (0472) 71-08-00, 71-08-01

e-mail: hotline@geruk.com.ua, www.geruk.com.ua

Центральный региональный представитель 8 (044) 503 88 98
Западный региональный представитель 8 (0362) 62 99 35
Восточный региональный представитель 8 (057) 704 22 21
Юго-восточный региональный представитель 8 (0612) 70 08 16
Юго-западный региональный представитель 8 (056) 405 19 09



Eberspächer

A world of comfort

- Жидкостные отопители HYDRONIC (Германия)
- Воздушные отопители AIRTRONIC (Германия)
- Системы подогрева дизтоплива TERMOLINE (Англия)

ГАРАНТИЯ НА ОТОПИТЕЛИ 2 ГОДА

Формируем дилерскую сеть

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС

Днепропетровск

ул. Героев Сталинграда, 184
тел. +38 0562 32-15-15
факс +38 0562 32-14-14
e-mail: info@vladislav.ua

Киев

ул. Луговая, 9

тел. +38 044 502-99-49
+38 044 502-99-48

Днепропетровск

ул. Карла Либкнехта, 12
тел. +38 0562 32-18-18
+38 0562 32-19-19

Донецк

ул. Розы Люксембург, 74
тел. +38 062 381-74-41
+38 062 381-16-41

Запорожье

ул. Героев Сталинграда, 4в
тел. +38 061 220-03-33
+38 061 289-70-44

Львов

Солонка, ул. Центральная, 13
тел. +38 032 227-16-90
+38 032 227-16-93

Симферополь

ул. Леси Украинки, 79
тел. +38 0652 56-09-84
+38 0652 56-09-85

Харьков

ул. Фонвизина, 18
тел. +38 057 766-10-61
+38 057 766-10-62



FERODO™

THE FIRST NAME IN BRAKES

FERODO THERMOQUIET

NEW Advanced Technology™

Конструкция тормозных колодок FERODO TQ препятствует возникновению шумов и скрежета при торможении, имеет повышенную износостойчивость и оптимальные фрикционные характеристики, соответствует требованиям Правила ECE R90. TQ совмещает в себе технологии конвейерных поставок (OE) и решения автоспорта. Ассортимент из 115 наименований охватывает:

Популярные
(Peugeot, Fiat, Renault Ford, VW)

Премиум-класса
(Mercedes, Audi, BMW)

Внедорожники
(SUV's, 4x4's)

Дистрибуция запасных частей для автомобилей и мотоциклов:

