

03 2009

www.autoexpert.com.ua

autoExpert

ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ АВТОБИЗНЕСА

НЕМЕЦКИЕ МАСЛА

ADDINOL
 THE ART OF OIL • SINCE 1930

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 Якимчик О.Ю., тел. (050) 9658-135;
 Винница: ЧП Киналь В.Я., тел. (067) 432-4070; Днепродзержинск: ТОВ "Карпайн", тел. (0562) 314-346; Донецк: М-П "Автомодуль", тел. (0642) 556-813;
 Житомир: ЧП Черепашкин 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 "Титон", тел. (056) 442-8481; Луганск: М-П "Автомодуль", тел. (0642) 556-813;
 Луцк: ООО "Турк-Ойл", тел. (0332) 780-802; Львов: ЧП Залучий Р., тел. (097) 3487-888; Мариуполь: ЧП Харабуга Е.В., тел. (050) 470-3363;
 Мелитополь: ЧП "Транс-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 "Говарла", тел. (0382) 645-016; Черкассы: ЧП Тригуб Л., тел. (050) 313-5930;
 Чернигов: ООО "ГПЛ-Чернигов", тел. (0532) 611-430; Черновцы: ТОВ "Стартек-Ойл", тел. (037) 257-0777.

motor oils
моторные масла

XCEL
"Protects like no other"

 Профессионалы
 рекомендуют

TEVOIL

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

НЕПІДРОБНА ЯКІСТЬ

ZIC

 МОТОРНІ, ТРАНСМІСІЙНІ,
 ІНДУСТРІАЛЬНІ ОЛИВИ ТА МАСТИЛА

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

WWW.ZIC.COM.UA

Ты знаешь истинную цену


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

 ООО «Побутаавтоцентр»
 официальный дистрибьютор в Украине

KONI

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

ELIT
 больше чем автозапчасти

 www.e-Cat.elit.ua - подбирай и покупай **АВТОЗАПЧАСТИ**



▶ ВПЕВНЕНІСТЬ ДОВЕДЕНА НА ПРАКТИЦІ!

Відчуйте і Ви впевненість у якості моторних олиव преміум класу MOL Dynamic на практиці, придбавши продукцію у нашої дистрибуторської мережі

Представництво "МОЛ-ЛУБ КФТ." в Україні т.: (044) 464-46-58/59

www.mol-lub.com.ua

MOL Dynamic
В ритмі динаміки світу



КУПУЙМО ВІТЧИЗНЯНЕ

ГРН ECUO USD RUR

Автохімія Моторні мастила
www.vamp.ua

VAMP
ТОСОЛ-40
ULTRA 10W-40
ОБЗОР



**Schmierstoff
& Autopflegemittel***

Professional Hundert® High Tech Longlife III SAE 5W-30

— ультрасовременное, полностью синтетическое энергосберегающее моторное масло, изготовлено исключительно из дорогостоящего и элитного, полностью очищенного от парафинов базового масла с применением специальных присадок, разработанных с учетом Longlife-технологии. Предназначено для всех бензиновых и дизельных двигателей Audi и Volkswagen group. Рекомендуется для нерегулярных спецификаций: 500 00 / 501 01 / 502 00 / 505 00 / 505 01 / 503 00 / 503 01 / 506 00 и 506 01 (исключение составляют R5 и V10 TDI-двигатели, выпущенные до 6/2006), а также рекомендуется применять в двигателях Mercedes-Benz, где требуется спецификация MB 229.31 и MB 229.51 и в двигателях BMW, где требуется спецификация BMW Longlife 04. Professional Hundert® High Tech Longlife III SAE 5W-30 гарантирует быструю и стабильную смазку при сверхнизких и сверхвысоких температурах. Благодаря превосходной термостабильности, данное масло сохраняет свои эксплуатационные свойства на протяжении всего срока службы. Обеспечивает отличные противозносовые и антикоррозионные свойства. Уникальный пакет моющих присадок гарантирует чистоту двигателя даже при сверхдлгих интервалах замены. Специально разработанные компоненты предотвращают износ деталей двигателя, снижают степень окисления масла, способствуют экономии топлива.

ОСНОВНЫЕ ТИПОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Плотность при 15°C	g/cm ³	0,849
Вязкость при -25°C	mPa s	5550
Вязкость при 40°C	mm ² /s	69,8
Вязкость при 100°C	mm ² /s	11,6
Индекс вязкости	-	162
Температура вспышки	°C	215
Температура застывания	°C	-45
Щелочное число	mgKOH/g	6,2

PROFESSIONAL HUNDERT – Deutsches Werksattprogramm
48497 Salzbergen, PF 1104. Hergestellt in Deutschland
www.100-hundert.com; info@100-hundert.com

High Tech Longlife III

SAE 5W30; ACEA A3/B3/C3
VW 504.00/507.00

PKW Service

FULLY SYNTHETIC
MOTOR OIL



ООО «АМВ» г. Киев/г. Васильков, 06600, ул. Рокитовская, 21, тел.: 0-44-229-36-36; www.amv.ua, info@amv.ua

Филиалы официального представителя и дилеры:

г. Одесса – «АМВ-Одесса», ул. В. Стуса, 26, тел.: 0-048-777-80-31; 0-048-777-80-32; г. Львов – «АМВ-Львов», ул. Богдановская, 11, тел.: 0-0322-42-33-27; г. Ровно – «АМВ-Сервис», ул. Млиновская, 30, тел.: 0-0362-610-249; г. Черновцы – «АМВ-Черновцы», ул. Проектная, 1, тел.: 0-0372-24-49-10; г. Хмельницкий – «АМВ-Хмельницкий», ул. Трудовая, 9/1, тел.: 0-0382-71-66-11; г. Ужгород – «АМВ-Ужгород», ул. Капуцанская, 91, тел.: 0-0312-63-05-50; г. Николаев – «АМВ-Николаев», ул. Скоромногова, 194а, тел.: 0-0512-58-14-81; г. Симферополь – «АМВ-Крым», переулок Элеваторный, 16, тел.: 0-0652-66-85-74; г. Новомосковск – «АМВ-Днепр», ул. Славова, 5, тел.: 0-0660-58-836; г. Запорожье – «АМВ-Запорожье», ул. Червона, 1а, тел.: 0-061-222-50-10; г. Измаил – «АМВ-Измаил», ул. Некрасова, 3а, тел.: 0-04841-61-790; г. Харьков – «АМВ-Харьков», ул. Октябрьской революции, 34, тел.: 0-057-714-97-74; г. Севастополь – сеть магазинов «Вираж-Плюс», Филевское шоссе, 6, тел.: 0-920720-80-692; г. Донецк – ООО «Компания Тесла», Киевский р-н, ул. Буслева, 10, тел.: 0-062-385-68-68, 0-062-385-64-64

Вот уже скоро 2 года, как на украинском рынке присутствуют автомасла PROFESSIONAL HUNDERT®. За это непродолжительное время они уже успели заслужить положительную репутацию как у потребителей, так и у своих продавцов. Этому успеху предшествует грамотная и неоднократно проверенная на практике политика украинского представительства смазочных материалов и автохимии PROFESSIONAL HUNDERT® - Корпорации AMV.

PROFESSIONAL HUNDERT® - это современные смазочные материалы и продукты автохимии, которые производятся в рамках проекта поставок в сервисные сети и автопредприятия.

Ассортиментный ряд был разработан в рамках осуществления Национальной сервисной программы и постоянно совершенствуется. Основными отличительными чертами предприятий-производителей продукции PROFESSIONAL HUNDERT® (таких как рафинерия в г. Зальцберген - производитель высококачественных смазочных материалов, и именитые предприятия-производители автохимии) являются качество продукции, использование современных технологий в процессе производства, надежность и безупречная репутация. В итоге продукция марки PROFESSIONAL HUNDERT® получила надежную поддержку и многолетний опыт европейских грандов в сфере обслуживания и ремонта автомобилей.

Моторные масла PROFESSIONAL HUNDERT® выпускаются в трёх линиях:

I линия: High Tech (высокие технологии) - это синтетические масла, производимые по последним инновационным технологиям с применением новейших пакетов присадок и соответствующие самым высоким требованиям известных автопроизводителей, таких как BMW, DAF, Mercedes-Benz, MAN, Opel, Porsche, Renault, VW, Volvo, Scania и других. Синтетические масла для автомобилей PKW Service имеют самую высокую на сегодняшний день классификацию по API - SM. Автомасла PROFESSIONAL HUNDERT® линии High Tech рекомендуется использовать для новых автомобилей и автомобилей с небольшими пробегами, как при первичных, так и при последующих сервисных обслуживаниях, а также в случаях, когда автопроизводителем предписано использование синтетического масла соответствующей вязкости и спецификации. Интервалы замены масел линии High Tech для легковых автомобилей составляют от 30 до 50 тыс. км, в зависимости от типа выбранного масла и рекомендаций автопроизводителей, для грузовых автомобилей и автобусов - от 120 до 160 тыс. км, в зависимости от условий эксплуатации, при использовании евро-топлива и согласно рекомендаций автопроизводителей.

II линия: Profi Line (профессиональная линия) - это полусинтетические масла высокого качества, производимые по передовым технологиям из базовых масел с применением современных пакетов присадок и соответствующих самым высоким требованиям известнейших автопроизводителей. Полусинтетические масла для автомобилей PKW Service также имеют са-

мую высокую на сегодняшний день классификацию по API - SM.

Автомасла PROFESSIONAL HUNDERT® линии Profi Line рекомендуется использовать при сервисном обслуживании автомобилей с большим пробегом, а также в случаях, когда автопроизводителем предписано использовать полусинтетические масла соответствующей вязкости и спецификации. Интервалы замены масел линии Profi Line для легковых автомобилей составляют от 12 до 18 тыс. км, в зависимости от типа выбранного масла, условий эксплуатации и рекомендаций автопроизводителей, для грузовых автомобилей и автобусов - от 90 до 120 тыс. км, в зависимости от условий эксплуатации, при использовании евро-топлива и согласно требований автопроизводителей.

III линия: Top Level (высокий уровень) - это минеральные масла высокого качества, производимые по классическим технологиям из высокоочищенных минеральных базовых масел с добавлением современных пакетов присадок, и соответствующие требованиям большинства автопроизводителей.

Автомасла PROFESSIONAL HUNDERT® линии Top Level рекомендуется использовать при сервисном обслуживании подержанных автомобилей с очень большим пробегом, а также в случаях, когда автопроизводителем предписано использование минеральных масел соответствующей вязкости и спецификации. Интервалы замены масла для легковых автомобилей составляют от 8 до 12 тыс. км, в зависимости от типа выбранного масла, условий эксплуатации и рекомендаций автопроизводителей, для грузовых автомобилей и автобусов - от 60 до 90 тыс. км, в зависимости от условий эксплуатации, при использовании евро-топлива и согласно требований автопроизводителей.

Ассортиментный ряд автохимии PROFESSIONAL HUNDERT® охватывает все области ухода за автомобилем (различные присадки и очистители в масляную и топливную системы автомобилей, продукты автокосметики, широкий ряд профессиональных продуктов для автосервисов). Вся продукция автохимии PROFESSIONAL HUNDERT® производится на высокотехнологичных химических заводах в Германии. За всем производством ведется постоянный контроль специалистами-технологами и отделом контроля качества PROFESSIONAL HUNDERT®.

На рисунке в качестве примера представлено, как нанесена информация и описание на этикетке и контрэтикетке фасованного продукта: современное, изготовленное по последним технологиям синтетическое моторное масло PROFESSIONAL HUNDERT® HIGH TECH Longlife III 5W-30. Рекомендуемый интервал замены у данного сорта масла составляет 50 тыс. км, что подтверждает концерн VW своими допусками 504.00/507.00. Также на рисунке указаны адреса и телефоны официального представителя в Украине - Корпорации AMV, филиалов и дилеров Корпорации.

* смазочные материалы и автохимия

V значит VARTA



А VARTA ОЗНАЧАЕТ ОТЛИЧНУЮ МОЩНОСТЬ ДЛЯ ЛЮБОГО АВТОМОБИЛЯ.

Не важно, что украшает капот Вашего автомобиля – четыре кольца, звезда или хищник в прыжке – под капотом наверняка установлен аккумулятор VARTA. Благодаря бескомпромиссной философии качества и максимально широкому ассортименту VARTA является поставщиком практически всех ведущих автопроизводителей. Для сохранения этой тенденции мы выполняем главную задачу – продолжаем совершенствовать наш продукт. Представляем новейшее достижение – технология PowerFrame – следующий шаг в эволюции современных аккумуляторов. Теперь VARTA – еще более мощная и надежная батарея, которая готова долго и безотказно обеспечивать Вас мобильной энергией.

СКРЫТАЯ ЭНЕРГИЯ. НАДЕЖНАЯ РАБОТА. И НЕ ТОЛЬКО...

С НОВОЙ ТЕХНОЛОГИЕЙ



VARTA

BY JOHNSON CONTROLS



Fanfaro GmbH - немецкий производитель смазочных материалов. Вся продукция произведена с высоким уровнем контроля качества и соответствует международной сертификации DIN ISO 9001. Наша программа включает моторные и трансмиссионные, промышленные масла, антифризы для использования в мототехнике, легковых и грузовых автомобилях. Наша философия - надежность, доступные цены, быстрая обработка заказов и доставка продукции в любую точку земного шара.

**ООО «ФАНФАРО УКРАИНА», Украина, 50051
г. Кроовой Рог, а/я 2500
тел./факс: +38 056 401 52 32, +38 056 401 18 89
www.fanfaro.com.ua, e-mail: office@fanfaro.com.ua**

Бездоганність для найкращих



LeMans 10W-60

**Рух на максимальній швидкості
потребує максимального захисту**

Унікальна формула мастила розроблена спеціально для великих обертів та температур, а ретельно підібрані присадки забезпечують легкий старт та стабільну мастильну плівку в умовах інтенсивної експлуатації.

Ексклюзивний імпортер ТОВ «Техно-Ойл-ЛК»
м. Київ, вул. Костянтинівська, 68, оф. 416, тел. (044) 417-74-46, 417-74-30
www.rymco.com.ua, e-mail: info@rymco.com.ua

Детали SWAG – лучший выбор




Лучшее качество

Широкий ассортимент деталей рулевого управления и подвески в каталоге SWAG!



Детали рулевого управления - детали безопасности

Именно детали рулевого управления требуют особой точности и тщательности при конструировании, производстве и монтаже. SWAG как поставщик этих деталей осознаёт эту высокую ответственность. Поэтому детали SWAG созданы, чтобы обеспечить максимум надёжности, а значит, и безопасности в любой ситуации!

Запросите у ближайшего дистрибьютора

www.swag.net.ua

**На конвеєр чи на ринок запчастин –
WAHLER – всюди оригінал !**



клапани PB1



термостати

ALFA ROMEO • AUDI • BEHR • BENTLEY • BMW • BOSCH • CHRYSLER • DAF • DETROIT DIESEL • FIAT • FORD • GM • HOLDEN
IVECO • JAGUAR • LAMBORGHINI • LANCIA • LAND ROVER • MAHLE • MAN • MANN+HUMMEL • MERCEDES BENZ • MITSUBISHI
OPEL • PORSCHE • RENAULT • ROLLS ROYCE • SAAB • SCANIA • SEAT • SKODA • SMART • VALEO • VOLKSWAGEN • VOLVO



WAHLER: вдалі рішення - результат діалогу!
Регулювання відпрацьованих газів та температури двигуна

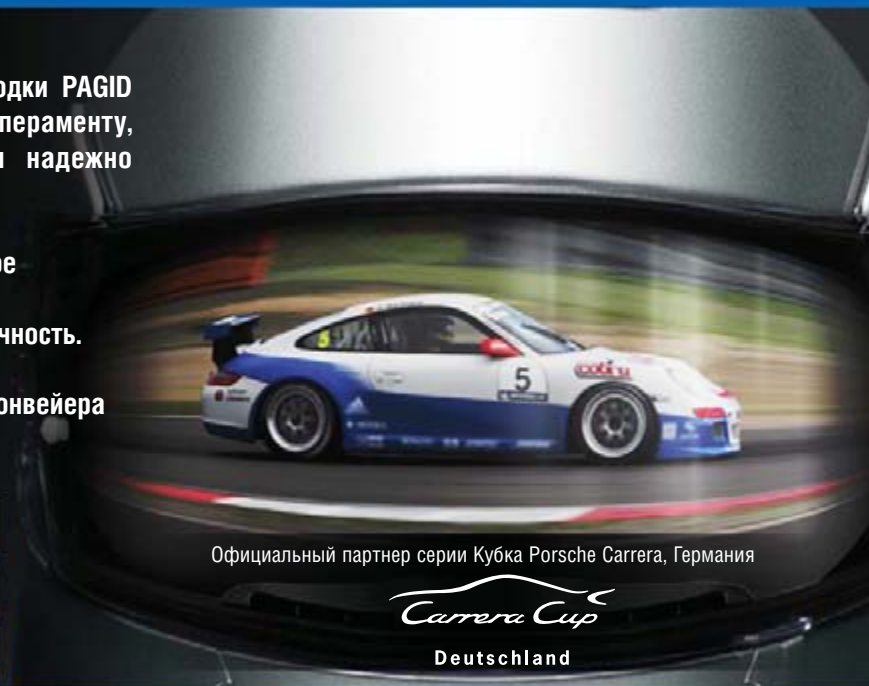
www.wahler.com.ua

PAGID тормозит автомобиль, а не Ваш темперамент!

Резкие повороты, скоростные трассы, мощные двигатели... Тормозные колодки PAGID позволят разгуляться Вашему темпераменту, потому что с ними Вы способны надежно контролировать динамику.

С PAGID вы попадаете в инновационное измерение тормозных технологий: надежность, эффективность, долговечность.

PAGID - бескомпромиссное качество конвейера даже для рынка запчастей.



Официальный партнер серии Кубка Porsche Carrera, Германия

Carrera Cup
Deutschland

www.pagid.com.ua

Содержание

Бизнес

- 2 Анализ и прогноз важнейших тенденций и изменений на автомобильном рынке.
- 9 Торговый дом "Веста-Маркет". В режиме диалога.
- 10 Поощрение точности учета запасов.
- 12 Виктор Рыжков, торговый дом "Веста-Маркет": "Наша цель - сделать товары доступными".

Автокомпоненты

- 15 Ruvile. Ваш партнер.
- 16 Бизнес on-line.
- 18 Установка свечей зажигания: все просто?
- 20 Практические рекомендации: проверка амортизаторов и анализ дефектов.
- 23 Долгожданная новинка - Spider GSM CAN Bus.

Масла, смазки, автохимия, топлива

- 24 Новости.
- 24 Fanfaro - надежность и доступные цены.
- 25 Масло XCEL. Защищает лучше, чем другие.
- 26 Сергей Гребенюк: "Качество наших продуктов сравнимо с качеством Shell, Mobil, Castrol".
- 28 Olympia: семейный бизнес.
- 29 Заправка "дизелем" больше не лотерея?

Автосервисное оборудование

- 30 Новости.
- 31 CleanBurn - отзывы клиентов.
- 32 Чтобы форсунка не зачихала...
- 35 Как правильно выбрать шиномонтажное оборудование?
- 36 Последнее слово в технологии развала-схождения.
- 38 Как делать деньги с Ultrascan.
- 40 Автосервисное оборудование. Прайс-листы.
- 42 Стапельная система Korek - свобода в действиях.

Программное обеспечение

- 44 Audatex. Общий язык для страховщиков и ремонтников.
- 46 Менеджер автосервиса.

Автосервис

- 48 Будем жить?

autoExpert

для профессионалов автобизнеса

3 • 2009

Главный редактор

Александр Кельм

Выпускающий редактор

Зоя Украинская

Журналисты

Юрий Стороженко

Евгений Пащенко

Виктор Кондратенко

Дизайн и верстка

Андрей Пастух

Влад Лещенко

Елена Вороная

Директор по рекламе

Лилия Коваль

Ответственный секретарь

Галина Кривицкая

отдела рекламы

Ольга Глушко

Менеджеры по рекламе

Екатерина Барсуль

Менеджер отдела распространения

и подписки

Наталья Ботвинникова

Условия размещения рекламы:

тел.: (044) 493-45-70

(044) 576-2-000

www.autoexpert.com.ua

Журнал выходит ежемесячно

Распространяется по всей Украине

Цена номера — 15,00 грн.

Общий тираж — 21000 экз.

Подписной индекс: 90160

Подписка принимается во всех почтовых

отделениях связи. В редакции подписка

принимается с любого номера.

Тел. отдела распространения и подписки:

(044) 493-45-70

(044) 576-2-000

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

Учредитель и издатель

ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО «АВТОЭКСПЕРТ»

Свидетельство о перерегистрации

КВ № И753-623ПР от 15.09.2006 г.

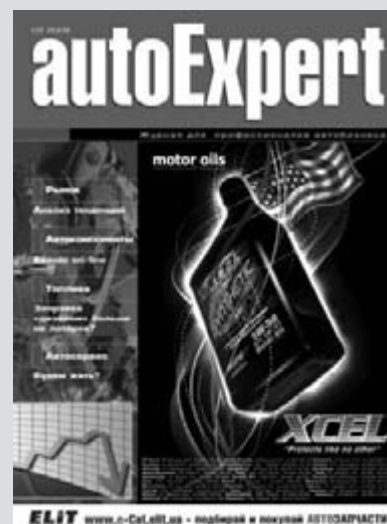
Адрес издателя и редакции:

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»



Анализ и прогноз важнейших тенденций и изменений на автомобильном рынке

В последние недели марта автомобильные рынки России, Украины и Беларуси вступили в наиболее тяжелый за период кризиса этап, продолжительность которого пока не ясна.

«Острая стадия» болезни рынка, в течение которого на нем происходили бурные и неблагоприятные изменения, переходит в «хроническую стадию», характеризующуюся резко упавшим спросом и потребительским пессимизмом клиентов.

В первые месяцы после начала экономического кризиса объемы продаж автомобильного рынка получили поддержку со стороны некоторых краткосрочных факторов, которые, как мы сейчас покажем, прекратили или постепенно завершают свое действие:

– **Фактор распродажи автомобилей 2008 года по существенно сниженным ценам (из-за падения спроса, необходимости автодилеров и импортеров в денежных средствах и их негативных ожиданий).** В настоящее время по многим маркам в России, Украине и Беларуси склады 2008 года или исчерпаны, или стали пренебрежимо малы (небольшое количество автомобилей наименее популярных моделей либо комплектаций, цветов и т.д.). В первые месяцы текущего года для основной массы потребителей фактор «устаревшего» года выпуска нового автомобиля, простоявшего несколько холодных месяцев на стоянках производителя или продавца, еще не оказывал значительного негативного воздействия. Однако с течением времени, на фоне предложения автомобилей 2009 года у конкурентов, ситуация будет меняться в худшую сторону. Поэтому спрос на автомобили 2008 года начнет падать, и дисконт по ним будет требоваться все более значительным.

– **Паника со стороны насе-**

ления и желание защитить свои денежные средства от девальвации, инфляции, банковского кризиса. Как мы покажем далее, девальвация национальных валют к доллару практи-

чески остановилась. В Украине курс более-менее стабилизировался уже в январе, в России основная фаза падения российского рубля закончилась к середине февраля, а в Беларуси – в марте. Гиперинфляции пока удалось избежать во всех трех странах. Что касается банковского кризиса, то системообразующие банки и в России, и в Беларуси сохранили свою ликвидность и не «заморозили» вклады населения, что сняло фактор паники. В Украине часть банков действительно прекратила выплаты вкладчикам, но сейчас основной

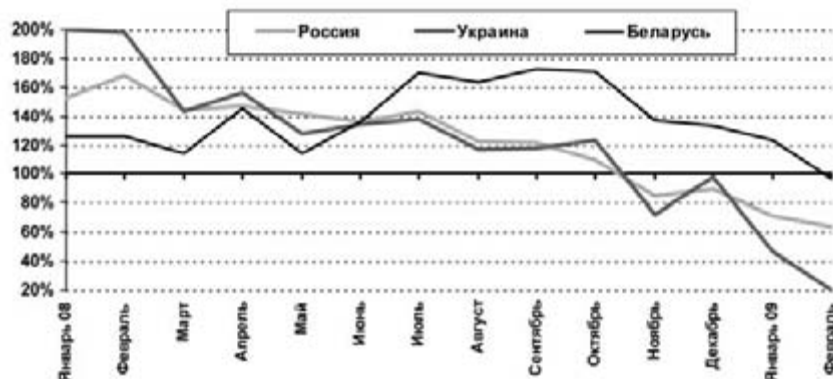


Рис. 1. Объемы регистрации новых автомобилей в РФ, Украине и РБ в 2008 г. и январе-феврале 2009 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года

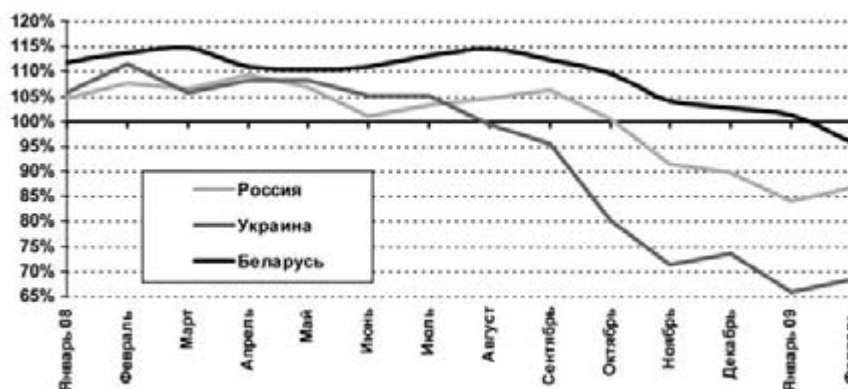


Рис. 2. Динамика промышленного производства в РФ, Украине и РБ в 2008-2009 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года

отток депозитов уже произошел.

– **Фактор роста покупательной способности населения, имеющего денежные средства в долларовой форме (эти клиенты расширили свои возможности приобретения тех автомобилей, цены на которые в национальных валютах не менялись).** Данный фактор уже «отыграл» свое воздействие, так как девальвация приостановилась, а продавцы и в России, и в Украине стали постепенно повышать рублевые (гривневые) цены на автомобили, особенно 2009 года выпуска. То есть, долларové цены на новые автомобили дальше падать не будут (исключая распродажу автомобилей 2008 года).

– **Фактор ожидания повышения импортных пошлин на автомобили и их подорожания.** Также «отыграл» свое воздействие – то повышение, которое могло произойти в ходе «острой стадии» кризиса, сопровождавшейся действиями контролирующих органов по защите внутреннего рынка, уже произошло.

Таким образом, продавцы и покупатели на автомобильном рынке переходят в стадию резко сократившегося спроса на фоне уменьшившейся покупательской способности клиентов и их негативных ожиданий в плане своих будущих доходов и обслуживания кредитов.

Следующим шагом естественным образом оказывается существенное сокращение предложения на рынке (уменьшение заказов автомобилей дилерами, уменьшение производства, уход с рынка части продавцов – или закрытие, или прекращение деятельности де-факто) и установление цен более высоких, чем в ходе самого кризиса. Это классическое смещение кривых спроса и предложения из учебников экономики, которое приводит к новой точке равновесия, где объемы рынка гораздо ниже, чем до кризиса.

Этот новый равновесный уровень объема автомобильных рынков пока не определен ни в России, ни в Украине, ни в Беларуси. Он станет примерно ясен по итогам апреля-мая, поскольку в феврале-марте колебания рынка были все еще слишком высоки (в Беларуси, где кризис начался позже и развивался медленнее, «дно» рынка, возможно,

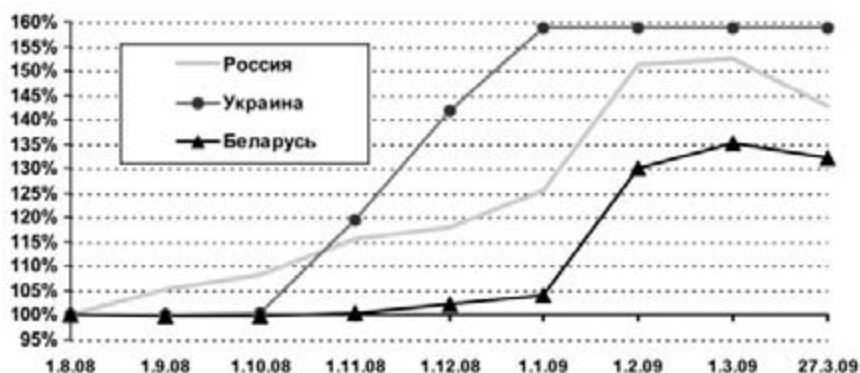


Рис. 3. Темп роста курса доллара к национальной валюте РФ, Украине и РБ в % к 1.08.2008

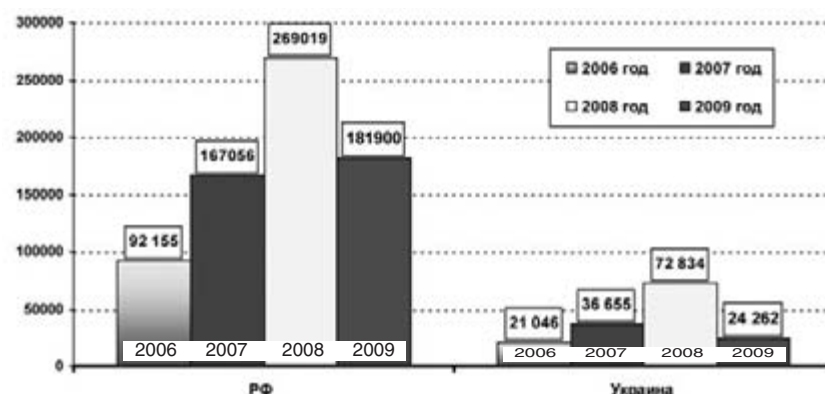


Рис. 4. Объемы продаж новых иномарок в январе-феврале 2006-2009 гг. в РФ и Украине

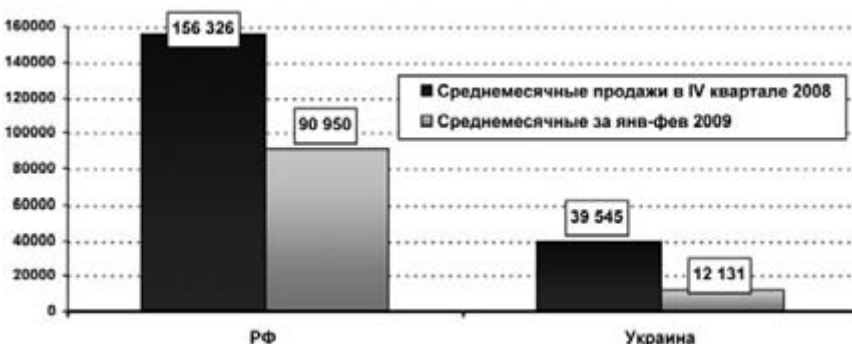


Рис. 5. Объемы продаж новых иномарок в РФ и Украине в среднем в январе-феврале 2009 г. и среднем ежемесячном объеме продаж в IV кв. 2008 г.

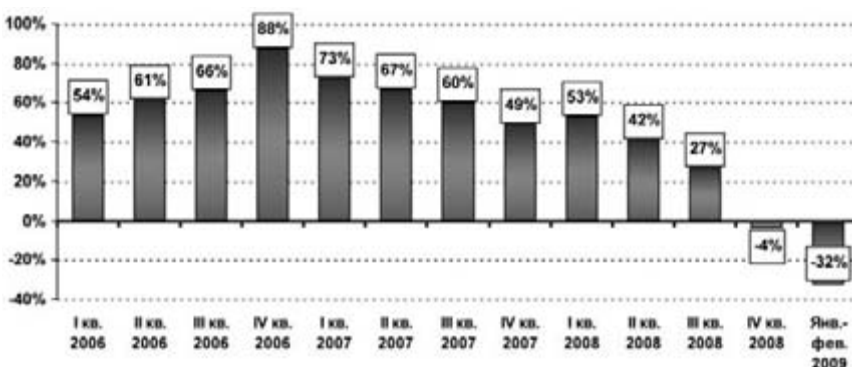


Рис. 6. Темпы прироста объемов продаж новых иномарок в РФ по отношению к соответствующему периоду предыдущего года

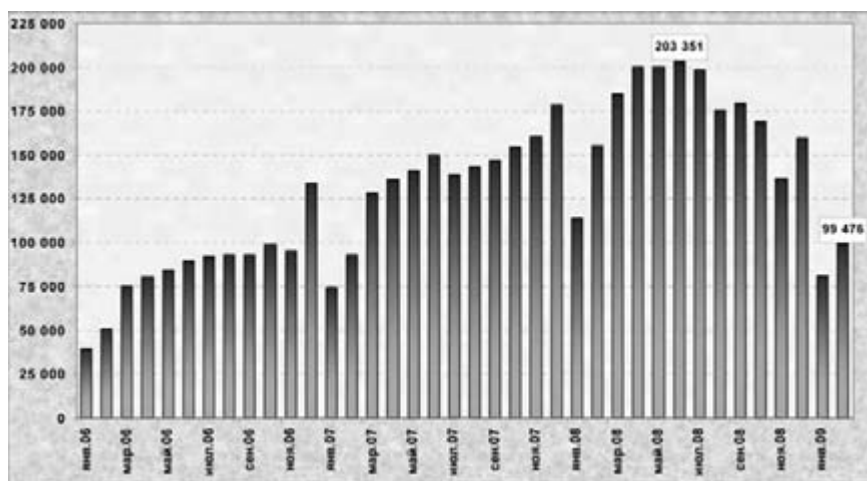


Рис. 7. Ежемесячные продажи новых автомобилей в России в 2006-2009 гг.

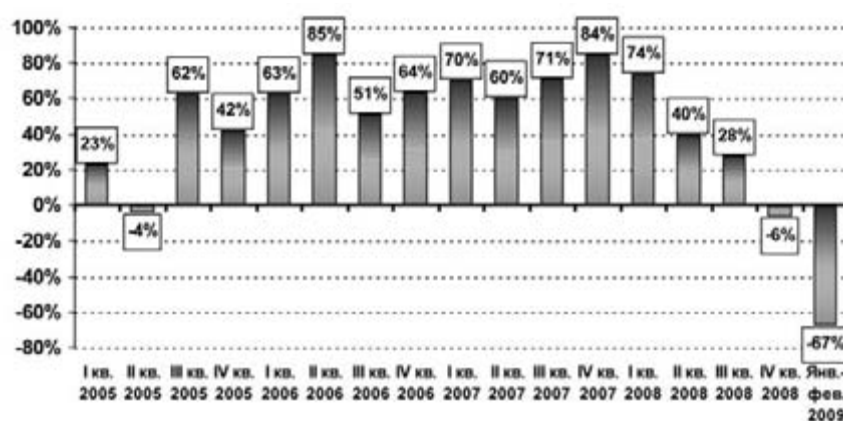


Рис. 8. Темпы прироста объемов продаж новых иномарок в Украине по отношению к соответствующему периоду предыдущего года



Рис. 9. Ежемесячные продажи новых автомобилей в Украине в 2006-2009 гг.

будет найдено еще позже).

Тем не менее, в данном обзоре мы подведем итоги февраля, показывая направление движения рынка в целом и его внутренние изменения.

На рис. 1 отражена динамика автомобильного рынка по месяцам 2008 г. по отношению к тем же пе-

риодам 2007 г. (и в январе-феврале 2009 г. по сравнению с этими месяцами 2008 г.).

Относительно февраля прошлого года рынок Украины сократился в пять раз, России — более чем на треть, Беларуси — впервые вошел в отрицательную зону.

Кратко охарактеризуем общую экономическую ситуацию, которая, возможно, подскажет нам сроки перехода авторынка в новое качественное состояние.

Диаграмма динамики промышленного производства (рис. 2) показывает, что в феврале 2009 г. темпы падения экономики в России и Украине не были выше, чем в январе. Делать выводы о наличии «дна» еще рано, но отметим, что примерно на этом уровне (по темпам падения производства) приостановилось падение экономики России в ходе кризиса 1998-1999 годов.

В Украине примерно одинаковые катастрофические показатели наблюдаются уже четыре месяца, и дальнейшее снижение вряд ли возможно, так как сдерживается отраслями с неэластичным спросом.

Вполне возможно, что и в российской, и в украинской экономике в ближайшие месяцы произойдет частичная адаптация и реструктуризация (иногда со сменой собственников).

В Беларуси отрицательные темпы прироста промышленного производства отмечены впервые с февраля 2001 года, а в ближайшие месяцы ситуация в экономике будет развиваться в целом по негативному сценарию.

В марте, как мы уже сказали выше, приостановилось ослабление национальных валют в России и Беларуси по отношению к доллару (см. рис. 3) и даже, вследствие ослабления доллара к евро на мировых валютных рынках, произошло некоторое падение доллара к российскому и белорусскому рублю.

В Украине официальный курс гривны остается стабильным. При этом продажи валюты Нацбанком Украины пока недостаточны для того, чтобы привести курс межбанковского рынка к официальному, но позволяют ограничивать спекулятивный спрос на валюту. В результате отклонение рыночного курса гривны от официального стабилизировалось в пределах 10%.

Анализ итогов продаж на автомобильном рынке в январе-феврале 2009 года

Общие итоги января-февраля 2009 года по трем странам

На рис. 4 отражены общие итоги

продаж новых иномарок (включая местную сборку) в России и Украине в январе-феврале 2009 года относительно аналогичного периода 2006-2008 гг.).

По итогам первых двух месяцев 2009 года сокращение рынка новых иномарок составило в России – 32,4%, в Украине – 66,7%. В России объем продаж оказался на уровне двухлетней давности, а в Украине – даже четырехлетней давности.

Сопоставим теперь общие итоги продаж новых иномарок (включая местную сборку) в России и Украине в январе-феврале 2009 года относительно среднемесячного объема рынка в IV квартале 2008 г.

На рис. 5 мы видим почти двукратное снижение объемов продаж в России и более чем трехкратное – в Украине (даже притом, что в IV квартале рынок уже показывал отрицательную динамику).

Поквартальные темпы прироста в 2005-2008 гг. и темп прироста рынка в январе-феврале 2009 года в России представлены на рис. 6.

На рис. 7 представлена помесячная динамика продаж в Российской Федерации.

В Беларуси по итогам двух месяцев 2009 года рынок сохранил положительную динамику и его прирост по отношению к январю-февралю 2008 года составил 9,9% (рис. 10).

Относительно средних продаж в IV квартале 2008 года, по результатам которого был зафиксирован исторический максимум, средние продажи января-февраля 2009 года сократились на 47%.

Поквартальная динамика продаж в Беларуси демонстрирует устойчивый нисходящий тренд.

Продажи в феврале 2009 года оказались немного ниже уровня февраля 2008 года, что наглядно демонстрирует помесячная динамика, представленная на рис. 13.

Автомобильный рынок России в январе-феврале 2009 года в разрезе отдельных брендов

В таблице 1 показан TOP-30 продаж новых иномарок в России в январе-феврале 2009 года в сопоставлении с аналогичным периодом 2008 года.

Подавляющее большинство марок продолжают демонстрировать в 2009 году падение продаж.

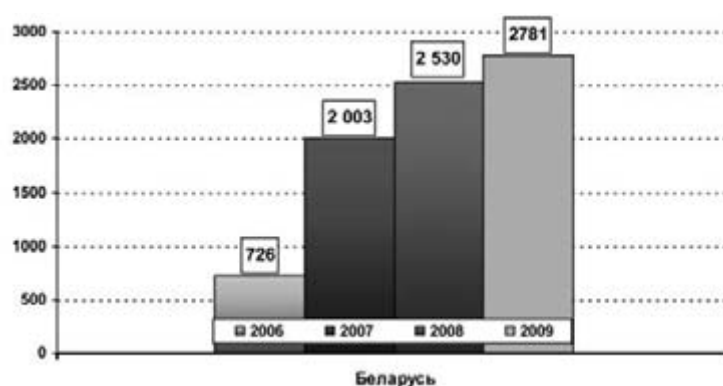


Рис. 10. Объемы продаж новых иномарок в январе-феврале 2006 - 2009 гг. в РБ

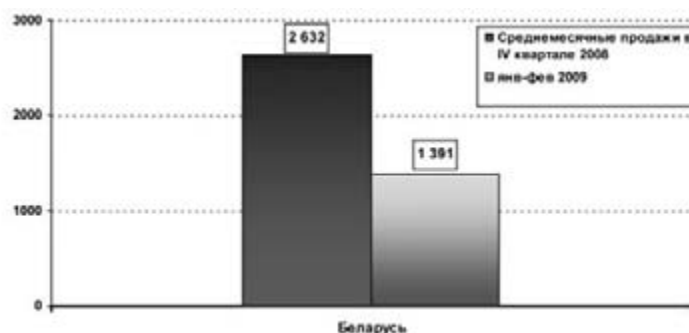


Рис. 11. Объемы продаж новых иномарок в январе-феврале и среднемесячный объем продаж в IV кв. 2008 г.

Таблица 1

Место 2009	Место 2008	Марка	Продажи в янв-фев 2009	Продажи в янв-фев 2008	Прирост продаж
1	3	Ford	18 449	23 695	-22,1%
2	2	Chevrolet-DAT	16 498	28 059	-41,2%
3	1	Hyundai	15 139	29 441	-48,6%
4	4	Toyota	13 849	22 016	-37,1%
5	5	Nissan	13 615	21 665	-37,2%
6	7	Renault	8 718	14 186	-38,5%
7	11	Mazda	8 408	9 465	-11,2%
8	8	KIA	8 311	13 238	-37,2%
9	9	Opel	8 055	13 103	-38,5%
10	14	Volkswagen	7 649	5 659	35,2%
11	12	Honda	7 368	9 355	-21,2%
12	17	Peugeot	7 034	4 859	44,8%
13	15	Skoda	6 606	5 335	23,8%
14	6	Daewoo	5 928	14 853	-60,1%
15	13	GM-Avtovaz	4 383	7 449	-41,2%
16	10	Mitsubishi	4 353	12 050	-63,9%
17	16	Suzuki	3 106	5 312	-41,5%
18	21	Fiat	2 605	2 436	6,9%
19	23	BMW	2 404	2 130	12,9%
20	20	Subaru	2 340	2 488	-5,9%
21	29	Citroen	2 168	1 089	99,1%
22	24	Mercedes-Benz	1 856	1 885	-1,5%
23	22	Audi	1 801	2 162	-16,7%
24	27	Volvo	1 652	1 684	-1,9%
25	19	Land Rover	1 616	2 789	-42,1%
26	25	SsangYong	1 369	1 805	-24,2%
27	30	Infiniti	1 263	707	78,6%
28	28	Lexus	1 173	1 601	-26,7%
29	18	Chery	653	3 454	-81,1%
30	26	Great Wall	565	1 728	-67,3%

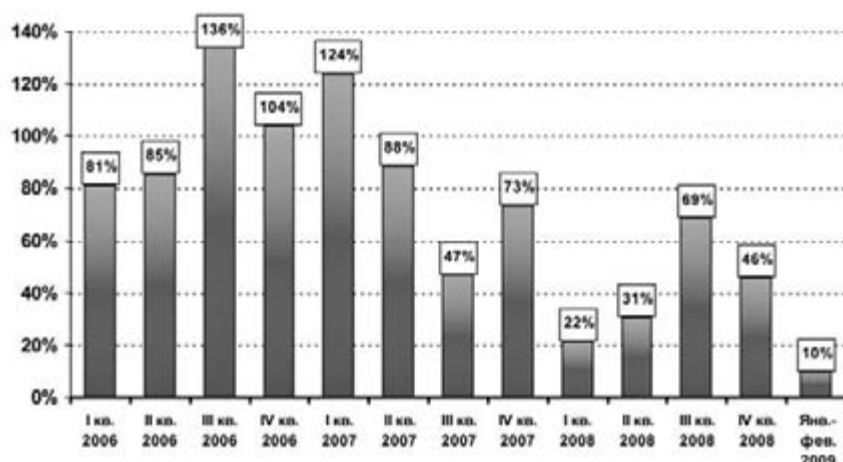


Рис. 12. Темпы прироста объемов регистраций новых иномарок в РБ по отношению к соответствующему периоду предыдущего года



Рис. 13. Ежемесячные продажи новых автомобилей в РБ в 2006-2009 гг.

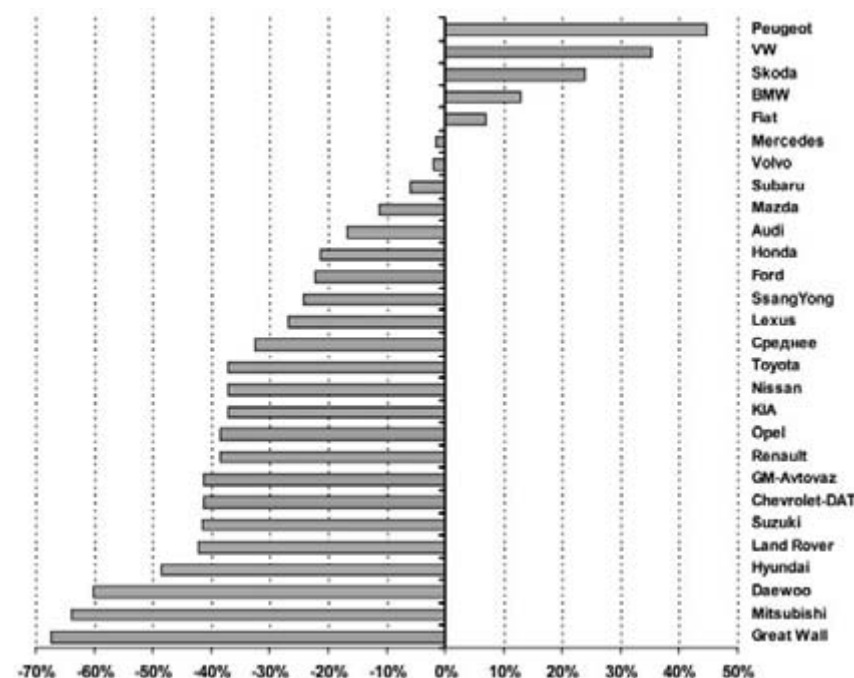


Рис. 14. Рост/падение продаж отдельных марок в РБ в январе-феврале 2009 г.

Положительную динамику по итогам января-февраля 2009 года продемонстрировали лишь 7 марок из 30.

Таким образом, захвативший лидерство в конце 2008 года Ford сохранил по итогам января-февраля 2009 года 1-ю строку в рейтинге, допустив наименьшее падение продаж по сравнению с остальными марками ТОП-6 (все остальные марки-лидеры упали ниже, чем рынок в целом). Маркам Chevrolet-DAT и Hyundai, продажи которых снизились несколько сильнее, чем у других лидеров, удалось сохранить соответственно 2 и 3 места в рейтинге. Четвертую и пятую строки сохранили за собой Toyota и Nissan.

Из оставшейся ТОП-10 следует отметить марки, которые улучшили свое положение в рейтинге – Renault и Opel, а также поднявшийся с 14 на 10 место благодаря фактору местной сборки (и увеличивший продажи на 35%) Volkswagen.

Во втором эшелоне, в первую очередь, обращают на себя внимание марки, которые смогли нарастить продажи благодаря конкурентоспособным ценам – Peugeot (+45%), Skoda (+24%), Fiat (+7%) и BMW (+13%). Отметим, что практически все лидеры дешевого ценового сегмента – Daewoo, Hyundai (особенно TagAZ), Kia, Renault, Chevrolet-DAT – упали сильнее, чем рынок в целом.

Продажи в премиум-сегменте по итогам января-февраля 2009 года снизились относительно уровня годичной давности всего на 7% (благодаря totalному снижению цен и акциям) и составили 12623 машины. При этом положительный прирост показали Infiniti (+79%), Jaguar (+113%), Cadillac (+56%), Hummer (+42%) и BMW (+13%). Существенно упала реализация у Land Rover (-42,1%) и Lexus (-27%).

Для большей наглядности на диаграмме (рис. 14) представлено, какие марки показали наибольший прирост и падение продаж по итогам первых двух месяцев 2009 года.

Автомобильный рынок Украины в январе-феврале 2009 года в разрезе отдельных брендов

В таблице 2 показан рейтинг ТОП-30 продаж новых иномарок в Украине.

Все марки, за исключением Geely и Great Wall (где импортеры устраивали масштабные распродажи), показали в январе-феврале 2009 года падение продаж относительно аналогичного периода 2008 года.

По итогам января-февраля 2009 года лидерство в Украине вернула себе марка Hyundai, оттеснив январских фаворитов – китайские Chery и Geely. На 4-е место, благодаря снижению цен, поднялась Toyota, оттеснив Chevrolet и Mitsubishi (продажи последней, несмотря на скидки до 20%, упали более чем в 3 раза).

Марка Volkswagen, благодаря акционным предложениям, улучшила свое положение в ТОП-10, по итогам двух месяцев 2009 года марка переместилась с 10 на 7 место. Nissan, благодаря гибкой ценовой политике импортера, удерживает 8-ю строку рейтинга, а вот Skoda опустилась с 5-го на 9-е место, однако по итогам марта-апреля ее положение может улучшиться благодаря недавнему снижению цен.

Вторую десятку возглавляет некогда лидер продаж – марка Daewoo (падение продаж в 10 раз, в том числе за счет перехода Lanos под «бренд» ZAZ). Результаты несколько лучше рынка показали Suzuki (-32%) и Subaru (-37%).

Объем продаж в премиум-сегменте снизился чуть меньше, чем рынок в целом. По итогам января-февраля размер сегмента сократился с 3393 авто годом ранее до 1260 машин, то есть на 63%. Наибольшее падение продаж у Lexus (-73%), Infiniti (-71%) и Acura (-69%).

Для большей наглядности на диаграмме (рис. 15) представлено, какие марки показали наибольший прирост и падение продаж по итогам первых двух месяцев 2009 года.

Автомобильный рынок Беларуси в январе-феврале 2009 года в разрезе отдельных брендов

Приведем итоги продаж новых иномарок в Беларуси в разрезе отдельных брендов по итогам января-февраля 2009 года в сопоставлении с аналогичным периодом 2008 года (таблица 3).

В отличие от рынков России и Украины, в Беларуси большинство марок пока еще демонстрирует положительный прирост продаж.

Таблица 2

Место 2009	Место 2008	Марка	Продажи в янв-фев 2009	Продажи в янв-фев 2008	Прирост продаж
1	6	Hyundai	2 031	4 472	-54,6%
2	3	Chery	1 957	5 711	-65,7%
3	15	Geely	1 816	1 514	19,9%
4	7	Toyota	1 717	4 048	-57,6%
5	1	Chevrolet	1 533	10 271	-85,1%
6	4	Mitsubishi	1 469	5 681	-74,1%
7	10	Volkswagen	1 102	2 404	-54,2%
8	8	Nissan	984	2 965	-66,8%
9	5	Skoda	953	4 725	-79,8%
10	13	Honda	953	1 817	-47,6%
11	2	Daewoo	935	9 635	-90,3%
12	9	KIA	919	2 856	-67,8%
13	12	Ford	900	1 884	-52,2%
14	14	Mazda	893	1 622	-44,9%
15	11	Opel	715	2 080	-65,6%
16	17	Subaru	634	1 019	-37,8%
17	16	Dacia	593	1 345	-55,9%
18	21	Suzuki	513	755	-32,1%
19	20	Renault	451	767	-41,2%
20	18	Mercedes-Benz	326	820	-60,2%
21	31	Great Wall	271	157	72,6%
22	25	Fiat	242	565	-57,2%
23	19	Lexus	222	820	-72,9%
24	23	Ssang Yong	189	598	-68,4%
25	30	Citroen	177	215	-17,7%
26	24	Infiniti	165	576	-71,4%
27	27	BMW	152	310	-51,0%
28	22	Peugeot	129	647	-80,1%
29	26	Seat	128	356	-64,0%
30	29	Audi	107	236	-54,7%

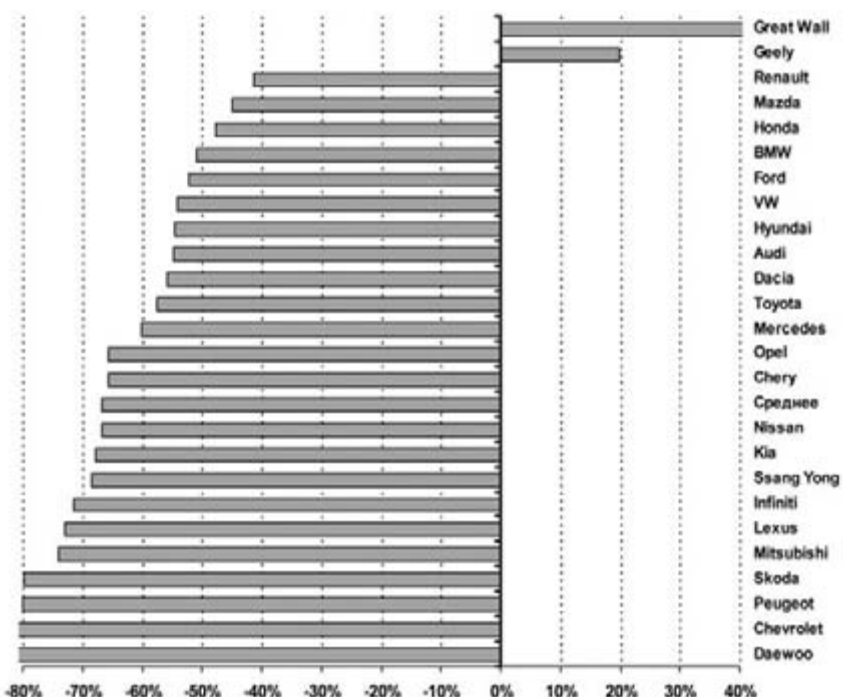


Рис. 15. Рост/падение продаж отдельных марок в Украине в январе-феврале 2009 г.

Таблица 3

Место 2009	Место 2008	Марка	Продажи в янв-фев 2009	Продажи в янв-фев 2008	Прирост продаж
1	1	Volkswagen	672	603	11,4%
2	4	Mazda	262	133	97,0%
3	13	Ford	195	64	204,7%
4	6	Peugeot	174	109	59,6%
5	8	Skoda	149	91	63,7%
6	2	Toyota	138	275	-49,8%
7	16	Hyundai	121	49	146,9%
8	9	Kia	110	76	44,7%
9	12	Renault	93	66	40,9%
10	15	Opel	76	53	43,4%
11	25	Volvo	75	20	275,0%
12	17	Fiat	74	48	54,2%
13	7	Dacia	62	92	-32,6%
15	5	Mitsubishi	57	111	-48,6%
14	20	Great Wall	57	37	54,1%
16	26	Audi	56	20	180,0%
17	10	Chevrolet	55	75	-26,7%
18	18	Mercedes-Benz	49	38	28,9%
19	3	Daewoo	48	185	-74,1%
20	22	Citroen	42	35	20,0%
21	11	Honda	35	72	-51,4%
22	27	BMW	28	19	47,4%
23	24	Nissan	24	26	-7,7%
24	14	Suzuki	21	54	-61,1%
25	21	Samand	15	36	-58,3%
26	28	Lexus	14	13	7,7%
27	31	Chery	13	6	116,7%
28	23	Subaru	10	31	-67,7%
29	32	Dodge	10	5	100,0%
30	30	Land Rover	9	7	28,6%

Красным цветом в соответствующих строках отмечено падение продаж, которое имело место у 10 марок из 30.

По итогам первых двух месяцев 2009 года в тройке лидеров, как и по итогам января, представлены только марки Атлант-

М: бесспорный лидер Volkswagen, переместившаяся с 4-го на 2-е место Mazda и взлетевший с 13-го на 3-е место Ford. При этом Toyota, ранее занимавшая второе место, из-за отсутствия гибкости в сбытовой политике, допустив снижение продаж в два

раза, откатилась на 6-е место. Daewoo, по причине недоступности кредитов и лизинга, сместилась с 3-й на 19-ю строку. Марки Peugeot и Skoda, снизившие цены еще в конце 2008 года, поднялись в первую пятерку, оттеснив Renault-Dacia. Марка Hyundai благодаря существенным скидкам на модели 2008 года заняла 7-е место, обойдя Kia.

В отличие от ТОП-10, где падение продаж произошло только у Toyota, во второй десятке четыре марки показали отрицательную динамику: выбывшие из ТОП-10 Mitsubishi, Daewoo и Chevrolet, а также Honda (-51,4%). Неплохой прирост продаж в январе-феврале был у Volvo, Audi, Fiat и Great Wall. Вместе с тем объемы продаж указанных марок в РБ в абсолютных числах весьма невелики.

Премиум-сегмент белорусского авторынка в январе-феврале 2009 года по сравнению с аналогичным периодом 2008 года вырос почти вдвое и составил 246 машин.

Для большей наглядности на диаграмме (рис. 16) представлено, какие марки показали наибольший прирост и падение продаж по итогам первых двух месяцев 2009 года.

В региональном распределении рынка новых иномарок (по регистрациям) в январе-феврале 2009 года имел место наметившийся еще в январе рост доли Минска и Минской области, что изменило тенденцию последних лет (рис. 17).

Информация предоставлена отделением стратегического развития Международного автомобильного холдинга «Атлант-М»

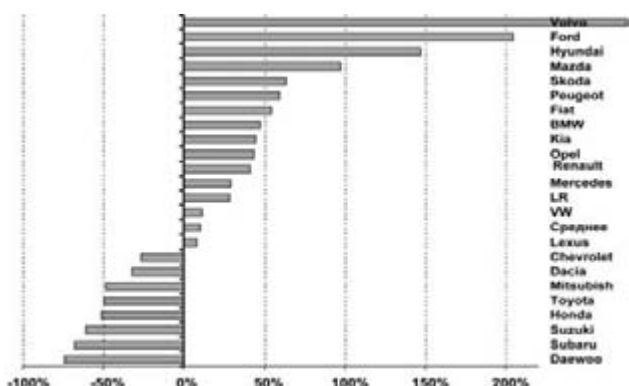


Рис. 16. Рост/падение продаж отдельных марок в Беларуси в январе-феврале 2009 г.

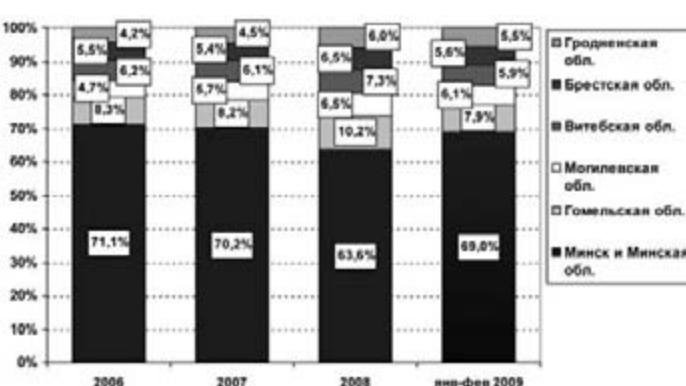


Рис. 17. Региональная структура регистраций новых иномарок в Беларуси в 2006-2009 гг.

Торговый дом «Веста-Маркет»

В режиме диалога



В непростые для бизнеса времена важно поддерживать своего партнера. Кроме того, для выработки оптимальных решений необходимо слышать и быть услышанным. Это хорошо понимает руководство торгового дома «Веста-Маркет».

На киевском семинаре дилеров, проведенном «Веста-Маркет», неоднократно звучало: «Нам не нужен монолог, мы хотим диалога». Этой фразой **Леонид Шелестов**, генеральный директор торгового дома, стимулировал партнеров компании делиться своими соображениями по поводу проводимой «Веста-Маркет» политики, а также участвовать в обсуждении планов работы торгового дома.

И действительно, довольно часто семинар для дилеров выливается в некое «обучение жизни» со стороны компании-поставщика. «Но в кризисное время, — уверен Леонид Николаевич, — только налаживание диалога поможет нам не потерять позиции на рынке». Поэтому все замечания со стороны приехавших из всех регионов страны представителей дилерских фирм были выслушаны, а Леонид Шелестов совместно с начальником департамента развития рынка компании Виктором Рыжковым дали разъяснения по поводу текущих проблем.

Так как основной темой обсуждения были аккумуляторные батареи от

компании «Веста-Маркет», также выступил технический директор завода «Веста-Днепр» Владимир Иваненко. Он рассказал о проводимой специалистами завода работе по улучшению качества автомобильных батарей. Гордиться есть чем: у АКБ, вы-

пущенных «Веста-Днепр», очень низкий процент отказов. Этого удалось достичь постоянным совершенствованием технологии производства батарей. Описание конкретных шагов выходит за рамки этого материала, поэтому отметим лишь доработку упаковки АКБ для сохранения товарного вида. Особенно это актуально при длительной транспортировке (например, в другие государства). Ведь корпорация «Веста» (в которую входят как «Веста-Днепр», так и торговый дом «Веста-Маркет») стремится к наращиванию своего экспортного потенциала. «Если в начале 90-х годов в Украине производство АКБ отсутствовало как класс, — говорит Леонид Николаевич, — то теперь наша страна серьезный конкурент западным производителям».

Кроме того, руководство торгового дома наградило победителей «первого капиталистического соревнования» — так в шутку окрестил поощрение самых успешных продавцов один из гостей семинара. Думаем, каждой компании было приятно оказанное внимание и доверие. В свою очередь, любой крупный поставщик нуждается в продуктивной работе своей дилерской сети. «Три года успешного роста — это не только наша заслуга, но и наших партнеров», — уверяет Леонид Шелестов.

Виктор Кондратенко



Леонид Шелестов: «Три года успешного роста — это не только наша заслуга, но и наших партнеров».

Поощрение точности учета запасов



Большинство поставщиков понимает важность точности учета товара, то есть количества товара, указанного в вашем компьютере, и согласованного с тем, что в действительности хранится у вас на складе. Руководство понимает, что, когда в учете товара нет точности, могут случиться неприятные вещи. Тем более, когда средства на покрытие этих непредвиденных потерь взять может быть неоткуда.

Потерянное время: Если вашим продавцам приходится постоянно выходить, чтобы проверить наличие товара на складе, они теряют время. Они не могут одновременно проверять товар и отвечать на телефонные звонки. Тратится время и вашего клиента, который должен сидеть и ждать, пока вы сходите на склад. Действительно ли ему нравится слушать музыкальную заставку или десятиминутное объявление, описывающее ваши сервисные обязательства?

Потраченные деньги: Если товар на складе пропадет из-за того, что он помещен не на свое место или из-за кражи или поломки, его необходимо заменить. При этом, как и зарплата, аренда, или любые другие расходы, замена товара должна быть оплачена из чистой прибыли поставщика. Например, если пропадает товара на \$100 в неделю (\$5200 в год), эти \$5200 вычитаются

из вашего дохода. Если ваш доход до выплаты налогов составляет 4%, чтобы восполнить эту потерю, необходимы новые продажи на сумму \$130000 ($\$130000 \times 0,04 = \$5200$)!

Разочарованные покупатели: Если вы обещаете покупателю товар, основываясь на данные о складских запасах, но товар в действительности на складе отсутствует, покупатель часто остается разочарованным. Вы теряете репутацию надежного поставщика. А стать ненадежным поставщиком — это лучший способ повысить уровень продаж вашему конкуренту.

Не приходится сомневаться в том, что руководство осознает важность точности учета товара. Однако, как убедить в важности учета товара ваших служащих? Существует два способа:

— Убедить их в том, что точность учета товара является решающим элементом успеха вашего предприя-

тия, и в том, что их профессиональное будущее зависит от успеха вашего предприятия.

— Предложить за точность учета товара денежное вознаграждение.

Что хорошо для предприятия, хорошо и для служащих

Многие служащие фирм-поставщиков ведут себя так, как будто они работают на государство. Их зарплата не зависит от того, как они будут выполнять свою работу. Более того, они убеждены в том, что доходы предприятия составляют сумму, в два, три, четыре раза превышающую действительную прибыль!

Совершенно необходимо, чтобы все ваши служащие, начиная с уборщицы, понимали, что ваше предприятие делает деньги, покупая товар по одной цене, и продавая его другим предприятиям или лицам по более высокой цене. Валовой доход является главным источником средств, из которых покрываются расходы. При этом покупатели и конкуренты вынуждают предприятие держать цены низкими, что приводит к низкому валовому доходу. Одной из статей расходов являются льготы, вознаграждения и зарплаты. Если вы покупаете товар, но он пропадает до того, как его смогли продать, это не увеличивает валовой доход (те деньги, которые необходимы для оплаты труда служащих и других расходов). Фактически, если товар испорчен или потерян, деньги на обновление товара также вычитаются из дохода. Если пропало слишком много товара, то денег не хватит на то, чтобы выплатить зарплату. *У руководства нет возможности печатать дополнительную наличность на заднем дворе (без риска отправиться в долгий, полностью оплаченный отпуск в исправительное учреждение)!*

В конце каждого месяца, дайте всем почувствовать, чего для предприятия стоил товар, потерянный за

месяц, — сколько денег пропало вместо того, чтобы быть потраченными на выплаты зарплат, вознаграждений и других необходимых трат.

Вознаграждение за хорошую работу

В совершенном мире все ваши служащие понимали бы, что их будущее связано с успехом предприятия, и они оберегали бы товар или другое имущество, как если бы оно было их собственным. Но мир не совершенен. И, нравится вам это или нет, люди будут стремиться делать то, за что они получают вознаграждение. Таким образом, возможно, вам придется столкнуться с необходимостью разработать программу поощрения точности учета товара.

Наиболее успешные программы поощрений основываются на циклической инвентаризации. Циклическая инвентаризация это процесс подсчета вручную части вашего товара каждый день и сравнение количества, обнаруженного на полках с количеством, указанным в вашем компьютере.

В одном случае мы внедрили программу, в которой мы изменили программу вознаграждений для всех служащих склада. Данный поставщик каждый год терял одну десятую своего товара на кражах. И мы установили, что большинство хищений было совершено служащими. Мы установили, что из-за временного характера местной рабочей силы (предприятие находилось в курортной зоне), будет сложно, если не невозможно, убедить служащих од-



ними словами, что их дальнейшее будущее связано с прибыльностью предприятия.

Новый план поощрений был, мягко говоря, радикален. Вместо почасовой оплаты труда каждого служащего, значительная часть оплаты труда каждого работника склада теперь зависела от точности учета товара на складе. Руководство каждый день проводило циклическую инвентаризацию части товара. При этом служащие заранее не знали, какой товар будет подсчитан. Задача, поставленная при учете товара, получила название «Правило «97-3»». Если результаты 97% подсчетов за две недели с точностью до 3% совпадали с количеством, которое указывал компьютер, каждый служащий получал

поощрительное вознаграждение. Если результаты циклической инвентаризации не отвечали поставленной задаче, ни один служащий не получал поощрения. Если зарабатывалось вознаграждение, служащий склада получал на 10% больше, чем до того как была введена программа. Если задача не была выполнена, они зарабатывали на 10% меньше.

В результате, все складские работники превратились в «сторожевых псов». Они поняли, что в случае недостачи их следующая зарплата окажется меньше. Если они заставляли кого-то за воровством, они считали, что этот человек крадет лично у них, а не у предприятия. В результате недостачи товара существенно сократились.

Заключение

Большинство, если не все поставщики понимают, что они должны способствовать увеличению точности учета товара. Если вы можете убедить своих служащих, что их дальнейшее благосостояние непосредственно связано с защитой вашего имущества, отлично. Если нет, не сдавайтесь. Вы должны использовать другой подход. Служащие должны лично почувствовать прибыль от высокой точности учета товара (то есть вознаграждение) или траты от недостающего товара (то есть сокращение зарплаты). В любом случае, поставщик не может поднять производительность и продуктивность предприятия до максимума, пока не добьется точности учета

По материалам effectiveinventory.ru



Виктор Рыжков, торговый дом «Веста-Маркет»:

«Наша цель – сделать товары доступными»



То, что происходит в мировой экономике, пояснений не требует. Гораздо интереснее узнать, как борются с негативными обстоятельствами компании на рынке автомобильных запчастей. Ингредиенты антикризисного рецепта мы узнавали у Виктора Рыжкова, начальника департамента развития рынка торгового дома «Веста-Маркет».

Сейчас для каждой компании главное – удержание рыночных позиций. По некоторым данным, автомобильный рынок до конца 2009 года уменьшится на 40%. Однако, по мнению Виктора Рыжкова, это не является катастрофой, потому что на самом деле предыдущие годы (2006-2008) он искусственно раздувался. На самом деле, платежеспособный спрос, основанный на реальных доходах, был гораздо ниже. За всплеск ажиотажа потребления мы обязаны банковской системе.

– Виктор Николаевич, ваша компания не пострадала в результате проблем в банковском секторе? Многие фирмы не смогли взять в кредит оборотные средства.

– В основном, мы пользовались кредитными ресурсами в нашем шинном направлении. И ничуть не пострадали, поскольку все кредиты брались очень взвешенно и всегда были подкреплены реальными продажами. Говоря простым языком, мы привозили товара ровно столько, сколько могли продать. Кроме

того, кредиты брались в национальной валюте, поэтому колебания курса отразились не так негативно, как на тех предприятиях, которые брали их в долларах или евро.

Единственное, что произошло – компания была вынуждена немного поднять цены на импортируемую продукцию, дабы был финансовый задел для закупки следующей партии по возросшей цене. И не более того. Мы с уверенностью смотрим в будущее, наше положение стабильное.

– Торговый дом не стал увольнять персонал из-за упавших объемов продаж, как пришлось сделать многим компаниям?

– Никаких сокращений у нас не было. Более того, у нас запланированы определенные программы, для которых будем еще и набирать людей. Скажу честно, мы испытываем потребность в хороших специалистах.

– Вы говорили о сужении рынка.

– Да, то, что объем потребления сократился, мы почувствовали уже сейчас. В большей степени это коснулось аккумуляторных батарей. И это легко объяснимо. АКБ по сравнению с другими товарами автомобильной отрасли вроде тормозных колодок, фильтров или тех же шин не являются критичной позицией с точки зрения безопасности эксплуатации автомобиля. Если на износившейся шине ездить становится опасно, выбирать не приходится: либо поставить автомобиль «на прикол», либо потратить деньги.

– Но ведь с полностью вышедшей из строя батареей тоже не поедешь?

– Да, но по АКБ у нас ситуация

такая же, как и в Европе. Я общался с многими зарубежными коллегами, могу сказать, что тенденция такова. Раньше автовладельцы старались менять аккумуляторы до того, как они откажут. То есть, подходил к концу срок эксплуатации или приближались холода, и люди шли в магазин за новой батареей, чтобы гарантировать отсутствие зимних проблем. А сейчас новая АКБ приобретается только в случае полного износа предыдущей.

– А какое в целом настроение среди производителей и крупных поставщиков АКБ?

– О настроении можно судить по профильной выставке «Автономные источники тока», проходившей в Москве под эгидой европейской Ассоциации производителей химических источников тока (Интербат). Среди участников выставки (их в этом году было около 70) – были практически все крупнейшие поставщики аккумуляторов – Johnson Controls, Exide, польские Autoparts, российские «Актех» и «Аком», и конечно же украинские «Веста» и «Иста». Общее впечатление – выставка была не хуже прошлогодней. Я общался с представителями этих и других фирм. К слову, минимум пару раз в год общаюсь с представителями крупных производителей, мы обмениваемся информацией. Это помогает более продуманно принимать решения. Кроме того, иногда можно достичь некоторых договоренностей. Хотя такие крупные игроки, как Johnson Controls и Exide пока что нас не очень жалуют вниманием, не видя в «Весте» равноправного участника рынка. Между тем, если корпорация реализует все свои планы, с ней через год будут считаться все.

Так вот, на выставке состоялся обмен мнениями. Что касается зарубежных рынков, не буду говорить про все регионы, ведь наш разговор велся в основном о странах Европы и СНГ. А там наблюдается следующая картина – продажи упали везде. Скажем, в Польше – на 15%. Для сравнения, в Украине этот показатель достиг 30–35%. Цифры, которые я назвал, касаются вторичного рынка. Если к этим потерям прибавить сокращение поставок на конвейеры ав-

топроизводителей, то спад в Европе оказывается даже серьезнее, чем на отечественном рынке. Ведь почти в каждой стране Старого Света есть несколько производителей транспортных средств, и их объемы производства на порядок больше, чем отечественных. К примеру, до кризиса Exide поставлял на европейские конвейеры около 20 млн. батарей, теперь же только 12 млн. Потеря такого объема поставляемых АКБ равнозначна одномоментной потере четырех украинских рынков автомобильных батарей! Так что свои планы вынуждены были пересмотреть все игроки. В первую очередь, объемы производства. Но вопрос о более кардинальных мерах (закрытии заводов, например) не стоит. Все надеются, что через несколько месяцев ситуация начнет стабилизироваться и начнется рост.

– Может быть, вы видите новые возможности в сложившейся ситуации?

– Дело в том, что аккумуляторная отрасль очень специфическая. Производство аккумуляторов в Европе менее рентабельно, чем в странах СНГ и прочих государствах с переходной экономикой. Просто потому, что в европейских странах выше зарплаты. А в остальном затраты на производство одной батареи примерно одинаковы, что в Германии, что в Украине. Из этого делается очень простой вывод, что АКБ выгоднее производить у нас. Этот фактор играет нам на руку. А то, что перед нашей компанией почти необъятный европейский рынок с объемом продаж порядка 200 миллионов аккумуляторов в год, добавляет нам оптимизма. Отвоевать даже 1% этого рынка за счет наших конкурентных преимуществ будет неплохим достижением.

Но сейчас задача просто выйти на этот оперативный простор, используя возникшую ситуацию. Мы хотим активизировать работу с западными партнерами, и начать продажи, продвигая продукцию корпорации «Веста». Мы создадим плацдарм для будущего развития бизнеса.

Пока что (если говорить о корпорации в целом) продажи в западную Европу составляют незначи-

тельную часть от объема производства. Основной экспорт направлен в страны СНГ: Россию, Беларусь, Армению, Казахстан и другие. Естественно, больше всего товара уходит в Россию и Казахстан.

– Если вы надеетесь потеснить конкурентов «там», то как обстоят дела на отечественном рынке? Например, в противостоянии с такими «мэтрами» как Bosch и Varta?

– Johnson Controls, которой принадлежат названные марки, позиционирует их в премиум-сегменте. И в этой нише с ними конкурировать бессмысленно, поскольку очень трудно «перебить» раскрученное имя, это раз. И второе – этот сегмент не является в настоящий момент приоритетным, поскольку он составляет не более 10% украинского рынка АКБ. Сейчас идет борьба за потребителя. Если точнее – за удержание достигнутых позиций. Ведь каждая компания находится в довольно шатком положении, ситуация может измениться в любой момент. Ясно одно: исходя из истории всех мировых кризисов, каждая фирма должна пересмотреть свою ассортиментную политику. И выживут те, которые смогут удержать клиентов любыми способами. В кризисные времена выживали те производители, которые могли предложить более дешевый товар. На первый план выходит не престиж марки и даже не качество. Если есть возможность приобрести не



«раскрученный» продукт, но с приемлемыми потребительскими свойствами, покупатель так и делает. В связи с этим объемы покупок в дорогих сегментах аккумуляторов будут падать, думаю, раза в полтора-два.

– А если говорить о перспективе, борьба за премиальный сегмент предвидится?

– Вообще-то такие стратегические планы с дальним прицелом в компетенции руководства корпорации, но могу высказать предположение, что такая задача будет стоять. На сегодняшний день «Веста» выпускает лучшие аккумуляторы в СНГ, так что Johnson Controls на нас с опаской поглядывает, видя потенциального соперника. С Торговым Домом ищет партнерства Exide, с которой намечается одна совместная программа. Это будет поставка премиальных батарей под одним известным брендом, аналогов которым у «Весты» пока что нет.

– Получается, что вы все-таки «атакуете» премиум-сегмент?

– Да, но совместно с Exide, и пока еще это только планы, которые мы начали строить год назад. Но начавшийся кризис не позволил их реализовать, поскольку речь шла об импортных поставках. Из-за нестабильного валютного курса начало реализации этой программы мы отодвинули. Поэтому мы пока готовим почву, анализируем рынок и, самое главное, подготавливаем свои дилерские сети для начала регулярных поставок. Еще раз замечу, что кто-то в нас видит серьезного конкурента, кто-то ищет точки соприкосновения, и это приятно. Учитывая то, что экспортный потенциал корпорации «Веста» вскоре возрастет в два раза, можете себе представить, что будет, когда мировые лидеры осознают наши возможности. Нас будут стараться не пустить на рынок. Если говорить о дне сегодняшнем, то Johnson Controls снижает цены до уровня демпинговых, умышленно идя на убытки. Только для того, чтобы не потерять свою долю рынка. Они прекрасно понимают, что если цены не снизятся, их место может занять

продукция других производителей в том числе и «Весты».

– А что можете сказать о планах в шинном направлении?

– Сейчас никаких кардинальных изменений, мы по-прежнему занимаемся поставкой шин Maxxis. За прошедший год эта марка очень прочно укрепилась на рынке. Будем искать новые пути сотрудничества с концерном-производителем. И самое главное, будем добиваться удешевления продукции.

Также планируются поставки недорогих шин других производителей. Причем это могут быть и малоизвестные бренды. Главное, чтобы продукты обладали доступной ценой при приемлемом качестве.

– Успех с Maxxis показал, что вы можете «раскрутить» новую для себя группу товаров. Не хотите устроить аналогичный дебют еще с чем-то, кроме шин и АКБ?

– Да, мы умеем выводить на рынок продукцию, опыт с шинами Maxxis это показал. Никому не известная марка и производитель заняли лидирующие строчки рейтинга популярности шин в стране. Маркетинговые инструменты очень мощные, и всегда при наличии ресурсов и желания можно

вывести на рынок любой товар. Но пока что браться за что-то новое в планах нет, сейчас не время для этого. Ведь это потребует дополнительных расходов, а свободных ресурсов, как вы понимаете, сейчас нет. Кроме того, не забывайте, что «Веста Маркет» – крупнооптовая компания. И если мы введем еще несколько товарных групп, то превратимся в некую дистрибьюторскую фирму, что потребует серьезных изменений в организационной структуре, новых специалистов. Другими словами, потребуется реформирование. Сейчас для этого момент не очень подходящий.

Наша стратегия другая, поскольку мы молодая компания и еще выходим на рынок. Наша цель – сделать товары доступными. Как мы сможем удержаться и закрепиться, если не будем работать в самом массовом сегменте? Ведь «марочные» товары хорошо продаются только во времена финансовой стабильности, когда потребитель «сыт» и имеет возможность думать о «престижности» продукции. Сейчас не то время. Продукция должна быть качественной и недорогой, вне зависимости от того, какое имя указано на ее упаковке.

Беседовал **Виктор Кондратенко**



Ruville. Ваш партнер



Компания Egon von Ruville с 2002 года входит в концерн Schaeffler Group (известен по брендам LuK, INA и FAG), сама торговая марка Ruville уже много десятков лет является гарантией качества и ответственности.

Будучи компетентным специалистом, компания Ruville предлагает, помимо высококачественных запчастей самого концерна Schaeffler Group, еще и компоненты сторонних поставщиков с качеством оригинала. Широкий ассортимент (свыше 25000 позиций) состоит как из отдельных единиц, так и из профессионально подобранных комплектов. Такие комплекты экономят слесарям СТО время и деньги, так как отпадает необходимость поиска недостающих деталей и возможность что-нибудь забыть.

Более 85 лет назад предприятие Ruville было основано Эгоном фон Рувилем — пионером свободного вторичного рынка автомобильных запчастей. Сегодня компания Ruville работает по всему миру и обеспечивает высочайшее качество своей продукции. С 70-х годов прошлого столетия в Гамбурге разрабатываются комплекты запасных частей для ходовой части и двигателя, которые позволяют станциям техобслуживания всегда иметь под рукой необходимые для квалифицированного ремонта запчасти (прежде всего, это комплекты ремней ГРМ с роликами). Эта традиция позволила компании стать всемирно из-

вестным специалистом в области торговли автомобильными запчастями. В 2001 году предприятие Ruville было куплено компанией FAG AG, а в 2002 году, после покупки FAG холдингом INA Holding Schaeffler KG, бренд Ruville был интегрирован в Schaeffler Group.

Коньком ассортимента являются комплекты программы запчастей для ходовой системы и двигателя. Сюда относятся такие товары, как ШРУСы, ступичные подшипники, детали подвески, опоры двигателя и КПП, натяжные ролики (поштучно и в комплектах), водяные насосы, пыльники и многое другое.

Клиентами Ruville являются компании, специализирующиеся на продаже автозапчастей, более чем в 100 странах мира. Расширение ассортимента происходит постоянно. В 2008 году компания Ruville получила от концерна Schaeffler Group эксклюзивное право на продажу компонентов цепного привода под своей маркой. И это особенно важно, потому что 40% моторов в современных легковых автомобилях оснащаются цепным приводом.

Компания Egon von Ruville GmbH является частью концерна Schaeffler

Group, что означает предъявление самых высоких требований по качеству и безопасности продукции. И это является обязательным фактором, потому что все бренды, входящие в концерн, производят и продают только высококачественные компоненты для автомобиля. Отдел управления качеством компании Ruville строго следит за соблюдением требований по качеству согласно стандарту DIN ISO 9001, что влечет за собой многочисленные этапы контроля качества.

*«Автомобиль представляет собой хорошо отлаженную и очень сложную систему, — объясняет **Георг Валлус**, вице-президент компании Ruville, — а это значит, что нельзя просто изменять спецификацию отдельных его компонентов. Это может негативно сказаться на динамике автомобиля и его управлении. Поэтому мы придерживаемся стандартов качества и безопасности производителей оригинала».*

Помимо постоянного контроля качества, компания Egon von Ruville GmbH проводит технические исследования совместно с Рейн-Вестфальским Техническим Институтом в г. Ахен и смежными предприятиями концерна, производящими продукцию под брендами LuK, INA и FAG. Многолетний опыт и высокая квалификация сотрудников компании свидетельствуют о сознательном отношении к качеству поставляемой продукции.

Залог успеха Egon von Ruville GmbH — абсолютный, всеобъемлющий, ориентированный на клиента сервис. Поэтому компания разработала множество элементов, которые являются частью крупного пакета под названием «сервис». Ведь помимо первоклассного продукта клиенты ожидают сегодня от конкурентного рынка намного больше. Словосочетание «первоклассный сервис» красной линией проходит через всю деятельность компании Ruville.

*«Сервис — это не что иное, как услуга, — объясняет **Георг Валлус**, вице-президент компании. — И за этим скрываются две вещи: оказание непосредственно услуги и адаптация этой услуги под каждого конкретного клиента. Именно этим мы занимаемся в компании Ruville, ежедневно и по всему миру».*



Компания Ruville в цифрах

Наименование: EGON VON RUVILLE GmbH

Сайт: www.ruville.de. Сотрудники: 180 человек.

Основана: в 1922, г. Гамбург. Территория: 14.500 м².

Склад: 15 000 паллето-мест и 25 000 складских мест.

По материалам официального дистрибьютора Ruville компании «ВЛАДИСЛАВ», www.vladislav.ua

Бизнес on-line



На что стоит обратить внимание при организации Интернет-торговли автозапчастями

Без Интернет-технологий сегодня не мыслит свой бизнес, наверное, уже ни одна компания. Фирмы, торгующие автомобилями, автозапчастями, занимающиеся послепродажным обслуживанием транспортных средств – не исключение. Если еще два-три года назад доля Интернета как рекламного и информационного носителя была не слишком велика, то сейчас Интернет уже активно конкурирует с телевидением и печатными СМИ по охвату целевой аудитории. Однако Интернет – это не только инструмент рекламы, но и торговая площадка. Директор отделения «Автозапчасти и аксессуары» eBay Motors Фэймос Родес дает полезные советы компаниям, решившим организовать интернет-торговлю запчастями.

За рубежом бизнес по продаже автозапчастей через Интернет успешно развивается. В качестве примера можно привести ресурс eBay Motors, который занимает лидирующую позицию в Сети согласно рейтингу агентства Nielsen/Net: его ежемесячно посещает свыше 11 миллионов потенциальных покупателей.

Через исследования и коммуникации

Главный совет директора отделения «Автозапчасти и аксессуары» eBay Motors Фэймоса Родеса: «Если вы решили продавать автозапчасти и аксессуары через Интернет и не знаете, с чего начать, подумайте обо

всем «на берегу», прежде чем пуститься в плавание по морю этого бизнеса». Если вы уже занимаетесь Интернет-продажами запчастей, но хотите знать, может ли новый продукт, который вы планируете включить в ассортимент, вызвать покупательский спрос и принести прибыль, изучите статистические данные по продажам и цены на этот продукт.

С помощью маркетинговых исследований и налаженных коммуникаций продавцы автозапчастей могут создать устойчивый on-line бизнес, который станет дополнительным источником дохода для «классической» торговли. Поскольку Интернет продолжает развиваться, продавцы автозап-

частей должны изучить существующие сайты и предлагаемый ими сервис, что сделает on-line продажи более легкими. Сайты типа eBay Motors, например, предлагают услугу по «оптимизации присутствия компании в результатах поиска», таким образом, компания занимает верхние строчки в «результатах поиска» при запросе потенциального покупателя.

Внесение компании в «список повышений» может повлиять на успех бизнеса, также как и хорошая обратная связь с клиентами. Чтобы узнать среднерыночную цену товара и познакомиться со статистикой продаж, можно обратиться к аналитике, имеющейся на некоторых сайтах. Например, на сайте eBay раздел Marketplace Research предлагает маркетинговую информацию по определенным категориям товаров. В любое время доступно более миллиона списков предложений по категории «Автозапчасти и аксессуары», а инструменты поиска могут помочь продавцам узнать, что хорошо продавалось в определенный период времени, оценить спрос на конкретный продукт, узнать разброс цен, а также понять, кто является их конкурентами.

Продвинутые Интернет-ресурсы предлагают различные статистические данные по запчастям и аксессуарам. Например, на eBay Marketplace Rese-

arch доступны три варианта подписки: «быстрая» – двухдневная подписка на статистику за последние 60 дней; «стандартная» – доступ к статистическим данным за последние 60 дней; «профессиональная» – доступ к 90-дневной статистике и «продвинутому фильтру». Профессиональная подписка дает возможность посмотреть продажи определенных компаний или в определенном регионе мира. Это может помочь продавцам сопоставить результаты их продаж с общерыночными, пересечь виртуальную торговую границу и получить информацию по статистике продаж продукта и его представленности на рынках разных стран.

Знай своего покупателя

Предоставьте клиенту настолько много информации, насколько это возможно. Как показывают исследования, покупатели более охотно совершают покупки в Интернете, если им дали всю информацию, в которой они ощущают потребность. Четкие фотографии и предоставление полного списка применимости запчасти заставят потенциального клиента больше доверять покупке. Один из принципов, который также применим к on-line торговле, как и к продажам off-line, – это знание своего покупателя. Однако между реальными и «виртуальными» покупателями есть несколько тонких различий, знание которых может помочь кардинально улучшить отдачу от on-line продаж. Интернет-покупатели, как правило, ищут товар по более низкой цене. Зная это, компания, занимающаяся продажами через Интернет, может периодически устраивать аукционы или выходить с предложением типа «Купи это сейчас» по установленной цене. Интернет-трафик меняется ежечасно. В США, например, вечернее время и выходные посещаемость сети более низкая по сравнению с рабочими часами. Начиная бизнес по торговле запчастями в Сети, стоит провести несколько тестовых продаж, на основании которых скорректировать цену предлагае-

мого в то или иное время суток или дней недели продукта. Решение, что продавать и когда продавать, может помочь создать процветающий Интернет-бизнес по продаже запчастей. Наиболее активные продавцы знают, что это принесет прибыль.

Абонент доступен

On-line покупатели ожидают внимания и сервиса, подобного тому, который они получили бы в магазине запчастей. Интерактивное общение с клиентами поможет увеличить объемы продаж. Но если интернет-торговля создана в дополнение или в целях расширения классической торговли запчастями, общение с клиентами в Интернете необходимо вменить в обязанности специальным сотрудникам, чтобы не отвлекать от работы продавцов, стоящих за прилавком в магазине. Отвечать на вопросы потенциальных покупателей по электронной почте нужно как можно скорее, это увеличит лояльность клиента и позитивно скажется на продажах. Если для общения с клиентами используется аккаунт, убедитесь, что отслеживается вся входящая корреспонденция. Активная обратная связь очень важна, поскольку это вызывает доверие клиента к компании. В on-line продажах коммуникация – золотое правило. Недостаток общения с продавцом может интерпретироваться покупателем как недостаточный интерес к нему со стороны продавца или, что еще хуже, как неустойчивость вашего бизнеса. Имейте в виду, что каждый запрос – это потенциальный покупатель, а следовательно, – отношения, которые требуют времени и внимания с вашей стороны, чтобы в конечном счете покупатель был удовлетворен.

Покупатель, получив полный ответ на свой запрос, может превратиться в постоянного клиента. Если клиент тратит свое время на то, чтобы написать вам сообщение с вопросом, то он заинтересован в приобретении товара, и если он не станет вашим поку-

пателем, то станет чьим-то еще. В конкурентной борьбе победит тот, кто своевременно предоставит всеостороннюю информацию. Доступность и открытость для общения поможет вам наладить продажи, создать и укрепить репутацию хорошего on-line продавца, и, в конечном счете, увеличит прибыль вашей компании.

Такие разные покупатели

Вероятно, каждый продавец сталкивался с покупателем, который торгуется всегда, когда считает возможным. Общение с таким «переговорщиком» отнимает время и энергию. Есть покупатели, которые хотя бы получить немедленный ответ на вопрос о цене, особенностях и функциях товара. Если такой покупатель не получит моментального ответа, более чем вероятно, что он обратится к предложению другого продавца. Чем точнее вы отвечаете на каждый вопрос, тем больше шансов превратить «созерцателя витрин» в реального покупателя. Еще один тип покупателя – клиент, который задает много вопросов. В дополнение к выяснению о процессе продажи, доставки, оплаты, этот человек хочет знать все о запчасти: на какие транспортные средства она может быть установлена, где производится и т.д. и т.п. Работа с таким клиентом занимает много времени, но, в конечном счете, это окупится.

Единственный способ уменьшить количество запросов – это выложить на сайте возможно более полное описание запчасти и несколько ее фотографий. При этом необходимо помнить, что on-line присутствие – это расширение представленности вашего магазина. Ваши Интернет-предложения должны быть оформлены в соответствии с фирменным стилем вашего магазина или склада – содержать тот же логотип, те же цвета и графический стиль, шрифты текстовой информации, которые используются в рекламных листовках и буклетах вашей фирмы. Есть еще один нюанс: когда кто-то делает запрос по вашему предложению, неплохо проверить рейтинг этого пользователя на разных сайтах (там может быть отражено количество его покупок, комментарии, которые он оставляет и т.п.). И главное: надо помнить, что лучше решить все возможные проблемы прежде, чем сделка будет совершена. Но даже и после совершения покупки продавец должен быть готов получать вопросы от покупателя и отвечать на них.

По материалам издания
APRA Global Connection



Удовлетворён



Отчасти удовлетворён



Не знаю



Не удовлетворён



Установка свечей зажигания: все просто?

Мало кто из автомобилистов при упоминании о свечах зажигания не слышал словосочетание «момент затяжки» или «динамометрический ключ». Ну а о специалистах нечего и говорить. Что же это такое и что нужно об этом знать?

Множество деталей автомобиля крепятся на резьбовые соединения. И для того чтобы исключить сдвиг детали, а также обеспечить ее надежное крепление при любых режимах эксплуатации, резьбовое соединение затягивается определенным моментом, который указывается производителем автомобиля. Именно для затяжки детали правильным моментом кручения и используется динамометрический ключ, имеющий шкалу измерения чаще всего в Ньютонах на метр (Н/м).

Свечи зажигания не являются исключением, и моменты затяжки каждой свечи обычно «прописываются» на упаковке. Поскольку современные двигатели особенно чувствительны к ошибкам при монтаже, необходимо строго соблюдать момент затяжки, а также следовать инструкциям по установке.

Как при «недозатяжке», так и «перезатяжке» свечей зажигания возникают сбои в работе двигателя: от повреждений из-за непра-

вильного отвода тепла до повреждения головки блока цилиндров. И при этом совершенно понятно, что качество свечи тут ни при чем!

Как же определить, правильно ли была затянута свеча?

Одним из способов является измерение толщины уплотнительного кольца. Рассмотрим пример со свечами зажигания с резьбой 14 мм. Первоначальная толщина уплотнительного кольца в ней составляет 2 мм. Во вкрученной с правильным моментом затяжки свече зажигания уплотнительное кольцо имеет толщину 1,59 – 1,29 мм. На основании «остаточной толщины» уплотнительного кольца можно просчитать момент затяжки:

1,61 мм	10 Н/м	1,22 мм	60 Н/м
1,59 мм	20 Н/м	1,20 мм	70 Н/м
1,29 мм	30 Н/м	1,19 мм	80 Н/м
1,25 мм	40 Н/м	1,17 мм	90 Н/м
1,24 мм	50 Н/м	1,15 мм	100 Н/м

В свече на фото 1 по толщине кольца всего в 1,2 мм можно опре-

делить, что она была затянута с моментом кручения 80 Н/м вместо 25 Н/м!

На фото 2 свеча вкручена с недостаточным моментом кручения. Из-за расшатывания она подвергалась боковым вибрациям и собственному резонансу, что привело к отлому боковых электродов. Свеча зажигания расшаталась в головке блока цилиндров, что заметно по несгоревшему углеводороду на теле свечи зажигания.

Немаловажным фактором при установке свечей зажигания является также вкручивание под правильным углом. Неправильная установка может привести и к механическим повреждениям изолятора свечи (фото 3).

Предлагаемый известнейшим производителем деталей системы зажигания, технологий холодного старта, электроники и сенсорики компаний BERU инструмент поможет избежать множества проблем и неудобств, связанных с монтажом свечей зажигания (фото 4).

Для упрощения и надежности процесса замены свечей зажигания, чтобы избежать перекоса ключа и образования трещин на изоляторе предлагается установка с помощью специальных инструментов.

Гибкий резиновый рукав (ZMH 001 от BERU) плотно держит свечу

Отломанные боковые электроды

Из-за расшатывания свеча зажигания подвергается вибрациям и собственному резонансу, что приводит к отлому боковых электродов.



Фото 1



Свеча зажигания расшаталась в головке блока цилиндров, это заметно по несгоревшему углеводороду на теле свечи зажигания.

Фото 2



Фото 3





Фото 4

зажигания и снижает возможность повреждения головки цилиндра и самой свечи во время установки или выкручивания (фото 5).

ПРОБЛЕМОЙ в камере двигателя является теснота. При вкручивании и выкручивании свечи зажигания это может не только привести к повреждениям в двигателе, но и сама свеча может быть повреждена при падении.

РЕШЕНИЕ: При монтаже свечей зажигания приспособление от BERU работает как «продолжение руки монтажника»: оно плотно держит свечу зажигания и обеспечивает после выкручивания или перед затяжкой свечи зажигания береж-

ное ввинчивание и вывинчивание.

Направляющая втулка ZMH 002 от BERU – надежная замена свечей без перекоса (фото 6)

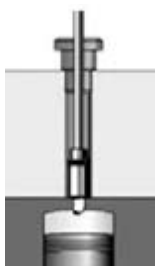


Фото 6

ПРОБЛЕМА: из-за широкой шахты свечи зажигания при выкручива-



Фото 5

нии или затяжке свечи возникает опасность, что ключ пойдет вкось и приведет к излому изолятора свечи зажигания.

ПОСЛЕДСТВИЕ: перебой в зажигании вследствие кривой затяжки на лопнувшем изоляторе свечи зажигания может повредить катализатор.

РЕШЕНИЕ: помощь при монтаже от BERU для установки практически на всех моделях автомобилей легко вставляется в 3/8» удлинение для свечей зажигания и вводится в шахту свечи. Таким образом, ключ для свечи находится параллельно к шахте без перекоса.

www.beru.com.ua

Federal-Mogul проводит перепозиционирование брендов и внедряет программу защиты от подделок

В 2009 году, с марта по сентябрь, компания Federal-Mogul проводит новое позиционирование брендов деталей двигателя и вместе с новой упаковкой внедряет программу защиты от подделок.

Программа включает пять новых свойств – скрытые и видимые средства защиты, которые позволяют удостовериться, что детали двигателя в упаковке подлинные и качественные:

1. На каждую упаковку нанесен уникальный буквенно-цифровой код, который можно проверить на сайте www.federalmogul.com/tecidentify. При введении кода выдается сообщение зеленым цветом на английском и немецком языках (с сентября на русском) о подлинности детали. Если введенный код проверялся более 5 раз, то сообщение будет оранжевого цвета. При неправильно введенном коде или если код не является подлинным, сообщение будет красного цвета. Данные об этом уникальном коде содержатся также в двумерном штриховом коде «Матрица данных».

2. Уникальный голографический знак Holospot, содержащий 4-значный буквенно-цифровой код и логотип Federal-Mogul. Под увеличительным стеклом он

переливается различными цветами радуги, причем на каждой упаковке код уникальный. Заметим, что буквенно-цифровой код на голограмме должен совпадать с 4 последними знаками буквенно-цифрового кода на упаковке.

3. Самоклеящийся ярлык с информацией на передней части. Запечатывает коробку и благодаря специальной конструкции рвется при любой попытке удалить или заменить его.

4. Разрывающееся дно коробки. Невозможно снова запечатать после открытия.

5. Двумерный штриховой код «Матрица данных», содержащий данные об уникальном коде. Читать данные можно при помощи мобильного телефона или цифрового сканера. Список поддерживаемых/рекомендуемых мобильных телефонов и 2D-сканеров:

– все телефоны Symbian серии 60 или выше. С начала 2009 года поддерживаются также и телефоны на базе Java;

– TecCom предлагает использовать телефоны Nokia серии E и N на базе Symbian серии 60 с автофокусированием, большим экраном, подсветкой и камерой не менее 3 мегапикселя: N73, N78, N82, N95 и E66, E71, E90. ПО для мобильных телефонов можно скачать с сайта www.neoreader.com или непосредственно введя get.neoreader.com в строке браузера телефона.

– 2D-сканер Symbol/Motorola.



Практические рекомендации: проверка амортизаторов и анализ дефектов

По материалам технических семинаров г-на Райнера Попиола, технического тренера ThyssenKrupp Bilstein Tuning GmbH, резюмировано техническим консультантом представительства «ИХР Украина», Николаем Громовым.

Амортизатор — важнейший из элементов активной безопасности современного автомобиля. В исправном состоянии он быстро реагирует на выбоины и ухабы, обеспечивая постоянный контакт колеса с дорожным покрытием. Колеса автомобиля с неисправными амортизаторами «зависают» в воздухе, что негативно влияет на процесс управления: водитель теряет возможность уверенно тормозить, разгоняться или поворачивать, а в критических ситуациях автомобиль становится просто неуправляемым. Пружины стремятся вернуть колесо на землю, но, ударившись о покрытие, оно так же быстро отскакивает назад. Колебания повторяются, автомобиль встречает новые препятствия и ямы и, если бы не амортизаторы, при скоростях больше 20-30 км/ч, управлять им было бы практически невозможно.

Износ амортизаторов водители замечают не сразу. Наиболее распространенные двухтрубные газогидравлические амортизаторы изнашиваются постепенно, усыпляя тем самым бдительность водителя. Опасность ситуации заключается в том, что износ амортизаторов происходит часто без видимых или слышимых признаков. Водитель «привыкает» к новому поведению авто-

мобиля, но в тот момент, когда нужно будет перестроиться для объезда неожиданного препятствия или же уйти от неожиданного появившегося встречного автомобиля, или же просто-напросто поворот окажется немного круче, чем он выглядел при входе в него, то виноваты будут не амортизаторы, а водитель, не справившийся с управлением. Так как же можно проверить амортизаторы?

Методы проверки амортизаторов

Учитывая то, что амортизатор сам по себе является довольно сложным механизмом, а также работает в одной системе с остальными элементами подвески, наиболее достоверным является метод проверки на специальном стенде.

Существуют два основных метода инструментального контроля технического состояния амортизаторов: проверка автомобиля на вибрационном стенде и проверка демпфирующего усилия непосредственно каждого амортизатора отдельно на испытательном стенде.

Проверка автомобиля на вибрационном стенде. В первом случае автомобиль заезжает колесами на контактную площадку стенда. Колеса автомобиля получают «рас-

качивающие» импульсы, частота которых имитирует ситуацию, в которой оказывается амортизатор на различных типах дорожного покрытия. После окончания проверки диагностический компьютер стенда обрабатывает поведение подвески в диаграмму осевых колебаний. Сравнивая ее с допустимыми характеристиками для данного автомобиля, специалисты могут практически оценить состояние амортизаторов ТОЛЬКО при условии отсутствия износа остальных деталей подвески.



Проверка демпфирующего усилия на испытательном стенде. Такая проверка требует разборки подвески и демонтажа амортизатора. Такой тип проверки позволяет получить точную информацию, именно о состоянии самого амортизатора!



Благодаря тому, что на таком стенде тестируется

только амортизатор, результаты только **такой** проверки гарантируют получение достоверной информации о состоянии амортизатора.

Методы проверки амортизатора без демонтажа с автомобиля говорят о состоянии системы подвески в целом, а о состоянии амортизатора — лишь косвенно.

Оценка управляемости автомобиля в движении

Конечно же, разницу в поведении немного изношенных амортизаторов тяжело заметить среднестатистическому пользователю. Но, тем не менее, вестибулярный аппарат человека может «прислушаться» к изменившемуся комфорту поездки и изъянам в управляемости. Неисправные амортизаторы приводят к тому, что на скоростях от 80 км/ч и выше автомобиль начинает «рыскать», «дрожать» особенно при встрече с мелкими неровностями. Снижается курсовая устойчивость — водителю все время приходится «подруливать», начинается продольная и поперечная раскачка. В некоторых случаях колебания имеют продолжительный незатухающий характер. При движении по неровностям можно обратить внимание на как бы замедленные реакции на поворот руля: водитель поворачивает руль, а желаемое изменение траектории происходит не сразу, да еще и с большим креном. Наилучшим сравнением будет поездка на точно та-

ком же автомобиле с заводом исправными амортизаторами.

Метод – «раскачка вручную»

Самый старинный и известный метод проверки амортизаторов. Этот метод был хорош для автомобилей сверстников Жигулей и Москвичей. Современные подвески не могут быть диагностированы таким примитивным методом. Конечно же, можно почувствовать увеличившуюся раскачку со стороны амортизатора, в котором произошла утечка жидкости, но точно также можно не почувствовать неисправный подклинивающий амортизатор.

Визуальный осмотр амортизатора на автомобиле

Этот простой метод контроля, конечно же, не сможет обрисовать всю полноту картины, но его результаты являются неопровержимыми по своей достоверности.

Подтеки и влажные масляные пятна на корпусе говорят о потере герметичности амортизатора и ско-



ром выходе из строя. Если возникают сомнения по поводу возникновения влажных пятен, можно просто насухо протереть амортизатор и повторить осмотр через несколько дней. (Важно помнить, что «масляный туман» на корпусе амортизатора – нормальное явление и возникает вследствие конденсирования того небольшого количества масла, которым покрывается шток в процессе работы амортизатора.)

Также о проблемах амортизатора могут подсказать вышедшие из строя грязезащитный чехол и буфер хода сжатия. Не стоит пренебрегать этими элементами, т.к. их неудовлетворительное состояние только приблизит выход амортизатора из строя. Если конструкция амортизатора позволяет – можно осмотреть шток; пятна, царапины и потертости также являются признаками скорого выхода из строя.

Одним из важных индикаторов является состояние шин. Их неравномерный износ: пятна, «залысины», стертые боковые дорожки протектора – тоже один из признаков неисправности амортизатора.

Можно также понаблюдать за движением автомобиля по неровной дороге со стороны или же из другого автомобиля, едущего рядом. Колесо, катящееся по кочкам «вприпрыжку», хорошо заметно даже неопытному водителю.

Анализ причин обнаруженных повреждений амортизаторов:

Излом резьбы штока амортизатора

Причины:

Приложение чрезмерного усилия при затяжке этого резьбового соединения.

При монтаже не были соблюдены рекомендуемые моменты затяжек (Например, использовать обычный гаечный ключ либо импульсный гайковерт, вместо динамометрического.)

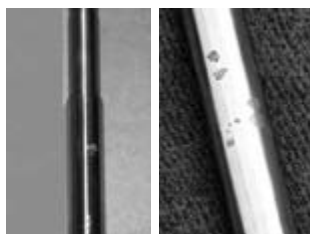
Нарушение целостности хромированного покрытия штока амортизатора

Причина:

Неграмотный монтаж: присутствие следов фик-

сации штока инструментом, повредившим его поверхность, например, газовым ключом или пассатижами.

Эксплуатация амортизатора без защитного комплекта (пыльника) или несвоевременная замена изношенного пыльника.

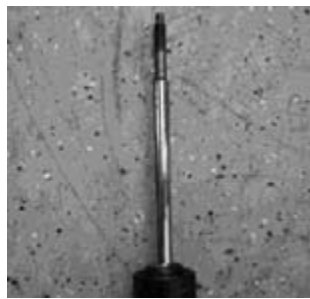


Частично стертое хромированное покрытие штока амортизатора

Отсутствие хромированного покрытия с одной из сторон может возникнуть в результате:

– изгибания штока, которое было причинено боковым наездом на препятствие, бордюром, аварией.

– неправильного монтажа амортизатора, повлекшего несоосность цилиндра и штока, приложения чрезмерного усилия при затяжке резьбовых соединений.



Изгиб штока амортизатора

Изогнутый шток – как результат аварии или другого повреждения подвески.



Вмятина или повреждение корпуса амортизатора – следствие аварии или наезда

да на препятствие. Сильное повреждение корпуса амортизатора влечет за собой разрушение поршня с системой клапанов и полный отказ амортизатора.



И некоторые не столь явные неисправности, вызванные ошибками при монтаже амортизатора:

Стук при работе амортизатора

Многочисленные стуки при проезде неровностей могут быть следствием неправильного монтажа деталей крепления амортизатора или амортизационной стойки.



Разрушение / выдавливание резинометаллической втулки из проушины крепления амортизатора

Несоблюдение моментов затяжки при монтаже амортизатора, что вызвало дополнительные нагрузки при работе.

Нарушение геометрии мест крепления, например, после наезда на препятствие или аварии.

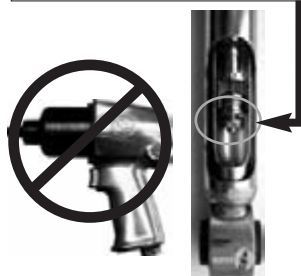


Также прогрессирующий стук и постепенное снижение демфирующей силы в некоторых случаях может

быть вызвано применением импульсных гайковертов при затягивании гайки на штоке амортизатора. Это резьбовое соединение должно фиксироваться четко регламентированным моментом затяжки с применением специального инструмента. Усилие, развиваемое импульсным гайковертом, настолько велико, что может вызвать ослабление гайки, удерживающей пакет клапанов и прокладок на поршне, в результате чего он со временем просто «саморазбирается».

Важно! При подборе амортизатора нужно следовать рекомендациям и

Гайка, фиксирующая пакет клапанов и прокладок на поршне амортизатора



Не используйте импульсный гайковерт!

предписаниям автопроизводителя. Подбор следует производить строго по каталогу TecDoc или каталогу BILSTEIN.

www.bilstein.com.ua



Для фиксации штока амортизатора необходимо использовать специальный инструмент!



«Владислав» стал официальным дистрибьютором Behr Hella

В марте 2009 года компания «Владислав» стала официальным дистрибьютором Behr Hella. Эта корпорация является крупным поставщиком на конвейеры автопрома, сегодня каждый четвертый новый автомобиль в Европе оснащен деталями от этой фирмы.

Теперь клиентам компании «Владислав» стали доступны запчасти от Behr Hella, занимающей лидирующую позицию в разработке и производстве систем охлаждения двигателей и кондиционирования автомобилей. Вся продукция соответствует требованиям автопроизводителей, производственные предприятия сертифицированы на соответствие требованиям системы управления качеством ISO-9001. Кроме того, Behr Hella является одобренным поставщиком международного закупочного союза GAUI, участником которого является и компания «Владислав» в составе национальной группы GAU Ukraine. Подробности – на сайте www.vladislav.ua



«ЭнергоСофт Консалтинг» совместно с «AD Автосервис» (AD Garage) проводит цикл семинаров

Сегодня наиболее остро стоит вопрос о «выживании» сферы предоставления услуг по ремонту автомобилей, уверены организаторы семинаров. В сложившейся ситуации важную роль играет не только привлечение, но и удержание клиента. Формирование лояльности у платежеспособного населения требует инвестирования в процесс обслуживания клиента, который больше влияет на мнение об СТО, чем сам ремонт.

Группа компаний «AD Украина» совместно с компанией «ЭнергоСофт Консалтинг» предлагает посетить семинары, на которых будут предложены решения по привлечению и удержанию клиентов на СТО. Участни-

кам предлагаются следующие темы для обсуждения:

- «Менеджер автосервиса» – программный продукт для автоматизации документооборота, управленческого учета, мониторинга и анализа эффективности работы с целью улучшения качества обслуживания клиентов и повышения прибыльности СТО.

- «AD Автосервис» – комплексное решение по поддержке СТО в сфере обслуживания клиентов и ремонта автомобилей. Основа для привлечения и удержания клиентов, а также использования правильных бизнес-процессов.

График проведения семинаров в городах Украины на первое полугодие 2009 года: 8 апреля: Харьков; 22 апреля: Донецк; 6 мая: Днепропетровск; 20 мая: Ровно; 3 июня: Львов.

Посещение семинара бесплатное. Начало в 10:00, окончание в 14:00. Подробная информация – на сайтах www.esoft-auto.com или www.ad.ua.

Вышла новая версия программы «Ценник ЗипАВТО»

В марте 2009 года вышла новая версия программы «Ценник ЗипАВТО», которая позволит еще больше облегчить работу клиентов с заказом продукции из товарного ассортимента компании «ЗипАВТО». В последней версии программы усовершенствованы старые и добавлены новые функции. Партнеры компании получили возможность быстрого получения информации о необходимой продукции. Загрузить программу можно на сайте <http://www.zipavto.com> в разделе «Ценник».

Напомним также, что в сентябре 2008 года в «ЗипАВТО» специалистами компании «Автоинтегратор» (структурное подразделение корпорации «УкрАВТО») была успешно внедрена автоматизированная система управления предприятием Microsoft Dynamics AX. В рамках проекта автоматизирована складская и логистическая составляющие, а также обеспечены бухгалтерский и налоговый учет операций.

Для получения дополнительной информации обращайтесь в отдел маркетинга и рекламы компании «ЗипАВТО»: тел.: (044) 206-82-45; e-mail: marketing@zipavto.com.

Долгожданная новинка — Spider GSM CAN Bus



Существенным недостатком «двусторонних» систем сигнализации является отсутствие обратной связи. Поэтому появление на рынке Spider GSM CAN Bus — долгожданная новинка, позволяющая убить двух зайцев: подключить охранный комплекс через CAN-шину, с одной стороны, и иметь полный контроль над авто практически в любой точке планеты — с другой.

С каждым годом автомобилей, оборудованных CAN-шиной, становится все больше. Сейчас даже средний класс почти полностью обзавелся этой модной штучкой, не говоря уже о топовых моделях различных брендов. Что же это такое CAN Bus? Впервые о ней заговорили в конце 80-х, когда Bosch (признанный лидер в автоэлектронике) создал универсальную шину передачи данных для систем реального времени с небольшой плотностью передачи данных. Основными требованиями автопроизводителей на тот момент (да и сейчас мало что изменилось в этом плане) были:

- Универсальность подключения. Способность подключения различных устройств автомобиля, как то: сервоприводы, датчики, системы управления подачей топлива и т.д. без дополнительных затрат по адаптации и переладке схемотехники.

- Простота и надежность. CAN-шина обладает уникальными, как для ее среды использования качествами. Помехоустойчивость (современные авто достаточно сильно напичканы электроникой, а соответственно, наводки и помехи неизбежны), отказоустойчивость (даже замыкание проводов на массу или между собой не приводит к выходу из строя системы).

Немудрено, что производители, полу-

чив такой уникальный продукт, активно занялись его внедрением на своих авто. Ведь выигрывают все: и производители (минимизировав затраты на разработку и производство авто), и владельцы (получив авто с надежной цифровой системой электроники). Но... чем интенсивнее шло развитие CAN-шины и ее возможностей, тем сложнее становились схемы управления и возможность как-либо получить доступ к различным устройствам автомобиля в обход CAN. Уже сейчас узлы ряда автомобилей BMW, Mercedes, Infiniti, VW и других марок настолько адаптированы к шине, что банальная задача — закрыть двери сигналом от внешнего источника (автосигнализация) становится непреодолимым барьером для установщиков. Соответственно, разработчики автосигнализаций пока со скрипом и не очень охотно (ведь накопленный опыт по производству «двусторонок» тоже

имеет большую цену, а CAN-шина в корне меняет как подход к защите авто так и реализацию охранного комплекса) начинают осваивать цифровую шину. Есть бренды которые достаточно серьезно и долго работаем в этом сегменте — та же итальянская Cobra. Но существенным недостатком таких систем является отсутствие обратной связи. Поэтому появление на рынке Spider GSM CAN Bus — долгожданная новинка, позволяющая убить двух зайцев: подключить охранный комплекс через CAN-шину, с одной стороны, и иметь полный контроль над авто практически в любой точке планеты — с другой (О каком лучше варианте можно еще мечтать? «Двусторонки» с дальностью в 1500 метров уже не в моде...).

И опять CAN-шина дает преимущество, теперь уже производителям сигнализаций под данный интерфейс, ведь заранее известны все параметры, которые может получать сигнализация от автомобиля, нет никакой необходимости «лезть глубоко в дебри» установщикам, поскольку весь процесс установки сводится фактически к подключению 3-4 проводов (датчики и допоборудование не в счет) и гарантировано лишает «головных болей» по поводу конфликтов CAN-шины с «чужеродным телом» (обычная, не CAN сигналка). Для автовладельцев — проблем нет: установи, пользуйся и забудь о глюках. И главное, можно не бояться страшилок о кодграберах. Загрabить штатный ключ ой как не просто, а если мы говорим о штатных системах тактового, бесключевого открытия /закрытия дверей, то вообще вопрос кодграбера не актуален.

Контактная информация:

тел.: (044) 241-6643

info@spider-gsm.com

www.spider-gsm.com

Справка. Шина CAN Bus была создана в конце 80-х годов фирмой Robert Bosch GmbH (Германия) как решение для распределенных систем, работающих в режиме реального времени с невысокой плотностью передачи данных, к которым в полной мере принадлежит современный автомобиль, оснащенный различными датчиками, сервоприводами, органами управления и т.д. Отличительной особенностью шины является ее высокая помехозащищенность, что немаловажно в современном автомобиле с высоким уровнем электромагнитных помех как в проводке, так и в эфире. Дополнительным преимуществом шины CAN выступает ее устойчивость к механическим повреждениям — замыкание проводников шины на кузов, питание или между собой не приводит к выходу из строя устройств. Более того, некоторые модификации шины способны функционировать при обрыве одного из проводников. Все эти особенности сделали шину CAN очень популярной у европейских автопроизводителей. В настоящее время шину активно внедряют на своих автомобилях японские и американские автопроизводители.

FANFARO® - надежность и доступные цены

Да, именно эти два параметра, а не громкое имя или красивая этикетка составляют краеугольный камень философии немецкого производителя масел и смазок Fanfaro GmbH. В условиях кризиса это именно то, что нужно как потребителю, так и продавцу.

Все известные бренды зачастую лидируют как раз в уровне «раскрученности», а не качества. А в условиях спада общей покупательской способности оплачивать рекламные кампании отдельных «мэтров» от нефтехимии потребителю совсем не хочется. Поэтому все больше внимания покупатель обращает на продукты компаний, логотип которых не так часто крутится в телевизионных роликах. Среди таких производителей – немецкая компания Fanfaro GmbH. Дабы не спекулировать набившей оскомину фразой «немецкое качество», продемонстрируем ассортимент масел и автохимии под торговой маркой Fanfaro.

Нужно моторное масло для новой иномарки? Пожалуйста – полностью синтетическое

Fanfaro VSX, с востребованной современными моторами вязкостью 5W-40. Владельцам автопарков придется по душе бочки с **Fanfaro TRD Super**. Это масло класса SHPD, предназначенное для работы в тяжелых условиях. Кроме этого, в линейке есть ряд продуктов универсального применения, как полусинтетических, так и минеральных. Не упустили немцы и активно развивающийся сегмент транспортных средств, работающих на сжиженном газе – в ассортименте есть специальный сорт **Fanfaro Gazolin**.

Кроме моторных масел, Fanfaro GmbH может предложить и трансмиссионные – **Fanfaro MAX 4** и **Fanfaro MAX 5** (классы по API – GL-4 и GL-5 соответственно), а также жидкости для



«автоматов» класса Dexron III или Dexron IID – **Fanfaro ATF III** и **Fanfaro ATF IID**. Для промывки двигателей на СТО смогут воспользоваться **Fanfaro FLX**, эффективно удаляющей все продукты окисления и износа. Также стоит порекомендовать антифризы этого производителя.

Естественно, что все продукты одобрены автопроизводителями, каждое масло имеет соответствующие допуски по ACEA и API. Fanfaro GmbH внедрила в производство скрупулезный контроль качества, чему свидетельство – сертификат DIN ISO 9001. Кроме того, компанию отличает быстрая обработка заказов и доставку в любую точку мира.

Итак, резюмируем. Fanfaro – это широкий ассортимент, стабильные поставки, признание потребителей из разных государств и сертифицированное производство. И все это – по доступным ценам. Любой здравомыслящий человек вывод сделает сам...

«ФАНФАРО Украина»

г. Кривой Рог, ул. Орджоникидзе, 3/3
тел.: (056) 401-18-89
www.fanfaro.com.ua

Компания SK Energy выпустила моторное масло A+ 10W-40 класса SM по API



Компания SK Energy, которая является одним из крупных игроков на рынке автомобильных смазочных материалов, выпустила моторное масло для двигателей легковых автомобилей класса SM по API. По результатам теста, который был проведен лабораторией смазочных материалов концерна SK Energy, масло A+ 10W-40 обладает рядом преимуществ по сравнению с аналогами.

Напомним, что основной упор в классе SM сделан на улучшение антиокислительных свойств масла и уменьшение отложений в двигателе, а так же на повышенные эксплуатационные качества при низких температурах.

ООО «Промышленные масла», Киевская обл.
г. Вышгород, ул. Ватутина 69-б, тел.: (044) 492-30-80
факс: (044) 492-30-81.

«Пролайф» начала поставки смазочных материалов Statoil

Компания «Пролайф» (входит в состав «АД Украина»), официальный дистрибьютор Statoil в Украине, с начала 2009 г. поставляет автомобильные и промышленные смазочные материалы Statoil.



Концерн Statoil Lubricants, основанный в 1972 г., занимает лидирующее место в Скандинавии по продаже смазочных материалов и топлива. Компания контролирует весь процесс, начиная с нефтеразведки и заканчивая реализацией готовой химической и нефтехимической продукции. Statoil является собственником одного из крупнейших подводных нефтегазопроводов, танкерного флота, двух заводов по переработке нефти в Дании и Швеции, а также двух заводов по производству смазочных материалов в Швеции и Норвегии и 50% акций химической компании Borealis. Statoil реализует готовую продукцию и услуги через крупнейшую в Северной Европе сеть, которая насчитывает более 2000 современных автозаправочных комплексов и занимает самую большую долю рынка по продаже бензина в Скандинавии.

По заверению компании «Пролайф», масла Statoil – это гарантированное норвежское качество по разумным ценам. Предлагаемые нефтепродукты производятся только в Европе (в Норвегии и Швеции), производство имеет сертификаты ISO 14001, ISO 9001 и QS 9000.

Пролайф АД Украина, г. Киев, ул. Закревского, 16,
тел.: (044) 515-78-77, www.ad.ua

XCEL
"Protects like no other"

Защищает лучше, чем другие

Все механические устройства нуждаются в смазывании для предотвращения износа, повреждения и перегрева. Моторное масло XCEL смажет, предохранит, охладит, очистит и обеспечит герметичность двигателя.

Компания XCEL — одна из немногих фирм, работающих по полному циклу в области смазочных масел: от создания формул и промышленного производства присадок — до изготовления традиционных и синтетических базовых масел. Одновременно большое внимание компания уделяет вопросам экологии и качеству собственной продукции.

Масла XCEL содержат специально разработанные и запатентованные моющие присадки. Щелочное число дизельной линейки велико и доходит до 13 (синтетика), поэтому оно успешно нейтрализует агрессивные сернистые соединения. Масло прекрасно обволакивает частички сажи, образующиеся при сгорании «нашей» солянки, удерживает их во взвешенном состоянии и благополучно доставляет к фильтру. Создает превосходную защиту и для бензиновых, дизельных и дизельных с турбонаддувом, включая те двигатели, которые имеют рециркуляцию системы выхлопного газа.

Двигатель чистый — в нем нет отложений, коррозии деталей.

Масло помогает ему работать в пределах требований выброса выхлопных газов в окружающую среду, превышая соответствия требований OEM для многих производителей во всем мире.

Имеет смысл подробнее остановиться на ассортиментном ряде XCEL. В настоящее время потребителю предлагается полная палитра масел, присадок и смазочных материалов самых разнообразных видов. В ассортименте фирмы, кроме вышеуказанных продуктов, есть масла для 2-х и 4-тактных двигателей мотоциклов, бензопил, газоно-

косилок, программы по уходу за автомобилем, мотоциклом и даже велосипедом.

Немного фирм может похвастаться таким количеством уникальных продуктов.

Очень важно, что масла XCEL регулярно проверяются системой стандартизации API (разработана в 1947 году Американским институтом нефти — American Petroleum Institute). Это говорит о стабильном качестве продукции.

Масла имеют допуски крупнейших мировых автопроизводителей: Mercedes-Benz, BMW, VW, Porsche, MAN, Volvo и др. Кроме того, они сертифицированы американским

нефтяным институтом по классификации API — SJ, EC, CF и доказали в испытаниях API-Sequence VI экономию топлива до 2%.

Outboard & 2-Cycle TC-W3

RL. Лодочное масло содержит беззольные добавки, которые обеспечивают отличное смазывание высоконагруженных 2-тактных двигателей. Обеспечивает самый высокий уровень защиты подвесных лодочных моторов. Выполняет требования NMMA TC-WIII. Это действительно стойкое к окислению высокотемпературное масло, которое предотвращает образование нагара и коррозии в камере сгорания, обеспечивая тем самым долговечность двигателя. Поддерживает свечи, камеру сгорания и поршни в чистоте и защищает от залегания колец.

Масло имеет обозначение RL, то есть обеспечивает сниженный износ относительно более чистой эмиссии с меньшим количеством дыма.

Рекомендуется для всех 2-тактных двигателей с водяным охлаждением, включая требования Mercury, OMC Johnson/Evinrude, Yamaha, Honda, Kawasaki и многих других двигателей отвечающих требованиям NMMA TC-W3 RL, TC-W 3, TC-W 2 или требующих масел типа TC-W.

Всегда следует соблюдать смешивание масла согласно таблице, рекомендованной заводом-изготовителем.

Это масло может использоваться в других механизмах с воздушным охлаждением, таких как мотоциклы, снегоходы, газонокосилки, вездеходы и многих других механизмах, требующих категории обслуживания API TC.

**Произведено в США
Ксель Любрикантс Тампа
Флорида**

тел.: (813) 248-1988
www.xcellube.com



«Качество наших продуктов сравнимо с качеством Shell, Mobil, Castrol»



Во время выставки «Автозаправочный комплекс'2009» внимание посетителей не мог не привлечь яркий стенд компании НПП «Присадки», которая представила не только зарекомендовавшую себя на рынке продукцию торговой марки «Славол», но и весьма интересное оборудование – маслораздаточный блок. Подробнее о нем, а также о планах компании рассказывает начальник отдела сбыта компании Сергей Гребенюк.

– Сергей Васильевич, расскажите, пожалуйста, историю компании, ведь несмотря на солидный возраст НПП «Присадки», она известна не так широко?

– История берет начало в 1992 году, когда нашими специалистами была запатентована формула уникальной моющей присадки. Компания работает на рынке уже восемнадцатый год. Со времени основания много изменилось, и в 2007 году в развитие торговой марки «Славол» были вложены большие деньги, которые позволили реорганизовать всю культуру производства, расширить ассортимент выпускаемой продукции и вывести ее на совершенно новый уровень. На сегодняшний день предприятие выполняет заказы госрезерва и ежемесячно реализует более 7 000 тонн смазочных материалов.

Наша цель – донести до людей продукт, выполненный по самым высоким европейским технологиям и соответствующий всем общепринятым стандартам. При этом цена на него значительно ниже импортных анало-

гов. Мы смело можем сравнивать качество своей продукции с такими монстрами как Shell, Mobil, Castrol и другими ведущими торговыми марками. Все масла торговой марки «Славол» производятся по технологиям Shell, из высококачественных базовых компонентов с применением присадок Infineum и Shell Additives. Я смело могу утверждать, что наш продукт ничем не хуже, а по моющим качествам даже лучше импортных аналогов. Потому что при разработке формул масел мы увеличиваем «моющее число», учитывая такой фактор, как некоторые недобросовестные продавцы топлива. А повышенные моющие свойства масла достигаются за счет нашей уникальной присадки.

– Так что же это за присадка, которая делает ваши масла настолько уникальными?

– История создания этой присадки уходит глубоко в историю Советского Союза. В 1977 году был подписан контракт между заводом КрАЗ и Китайской Народной Республикой на поставку 100 тысяч автомобилей. После того, как первая партия грузовиков отъездила некоторое количество километров, из Китая посыпались рекламации: двигатели ваших автомобилей (*производства Ярославского моторного завода – прим. авт.*) ужасные и мы отказываемся от дальнейших обязательств по контракту. На кону стояли не только деньги, но и репутация СССР. А все дело было в чем? Китайцы по инструкции через 10 000 км сливали заводское масло и заливали свое, местное. В результате двигатели закоксовывались.

Как все тогда решалось? Работники КГБ собрали всех научных сотрудников завода на производстве и сказали: «Вот вам образцы закоксованных двигателей, вот образцы шлама из двигателя. А вот раскладушки и еда. Пока не решите проблему – домой не попадете». Мужики, наверное, сильно хотели домой, потому что через семь дней проблему решили. Была создана присадка в базовое масло, которая мягко растворяла все отложения и шламы в двигателе и выводила их из масляной системы двигателя на фильтр. Партию этой присадки в экстренном порядке отправили в Китай, промыли, все двигатели по которым возникли рекламации, и подписали дополнение к договору о том, что вместе с КрАЗами поставляется заводское масло и ездить они будут исключительно на нем. В 1992 году после развала Союза эти специалисты запатентовали формулу моющей присадки, и с этого шага началась история компании.

– Как вы позиционируете свой продукт и как вы убеждаете капризного украинского клиента в качестве смазочных материалов «Славол»?

– Наш продукт предназначен для клиентов среднего класса, которые хотят приобретать продукт высокого качества, но не хотят за него переплачивать. Поэтому для работы с крупными клиентами (АТП, АЗС и т.д.) мы создали логистический центр, который позволяет нам

исключить множество посредников, тем самым снизив наценку на продукцию.

На данный момент с нами работает большая часть автотранспортных предприятий восточной Украины. В свое время мы приходили к ним с нашей продукцией и говорили: «Проверьте в деле наше промывочное масло. Если результата не увидите, то платить не надо. Если наоборот – подписываем контракт». Точно так же мы начинали работать с потребителями в других регионах Украины. После того как клиент видит, что отстоялось в бочке с «отработкой», после слива из двигателя нашего промывочного масла, они переходили на сотрудничество с нами. Наш продукт изначально рассчитан на украинское некачественное топливо или недобросовестный сервис автомобилей. В обычные масла добавляется присадка, задача которой нейтрализовать несгоревшие остатки топлива, попавшие в масляную систему двигателя. Так вот наша моющая присадка продлевает жизнь этой присадки, потому что частично выполняет функции нейтрализации несгоревшего топлива.

Кроме того, на СТО хорошо влияет «живой пример», когда мы убеждаем их залить в наши автомобили масло «Славол». Весь транспорт (причем даже «гарантийный») сотрудников НПП «Присадки» работает на продукции нашей торговой марки. Когда мы приезжаем на станцию со своим маслом впервые, то они, конечно, делают круглые глаза. Мы говорим о том, что в документах на автомобиль рекомендуется масло с определенными требованиями по API, которым наш продукт соответствует. Обычно на классе качества по API среднестатистический сотрудник СТО «зависает» и убегает к директору. Потом оказывается, что они все равно заливают не то масло, которое требуется, и тогда проблем с заливом нашего масла уже не возникает. Причем мы везде требуем, чтобы нам поставили штамп в техпаспорте, что было залито синтетическое масло «Славол» 5W-40, с указанием класса качества по API.

– Сергей Васильевич, расскажите о перспективных направлениях вашего бизнеса.

– В прошлом году мы провели маркетинговое исследование, результаты которого совпали с нашим мнением относительно того, где надо продавать смазочные материалы. Это не должно происходить в помещениях

магазинов, расположенных в жилых домах, или на разлив, из открытой бочки, в которой продукт постоянно контактирует с воздухом. Ведь любое масло является гигроскопическим продуктом и втягивает в себя влагу. Мы считаем, что масла должны продаваться в специализированных точках продаж, например, на АЗС, где есть персонал, умеющий обращаться с оборудованием и квалифицированно провести заливку масла. При этом важно, чтобы персонал не мог добраться до рабочих емкостей и каким-либо образом повлиять на продукт.

Исходя из этого, мы разработали и предложили рынок инструмент для продажи масла, который исключает хищение и смешивание продуктов – маслораздаточный блок МРБ-5. Эксклюзивные права на использование этого оборудования на территории Украины принадлежат торговой марке «Славол». При наличии такого блока на АЗС мы гарантируем клиенту, что к маслу после выхода его с завода никто не прикасался. Резервуары для масел находятся внутри блока и доступ к ним имеют только сотрудники нашей компании. Что немаловажно, таким образом, мы исключаем большую часть цепочки посредников. Клиент не платит ни за канистру, ни за этикетку, ни за бочку масла, что на выходе дает очень дешевую цену. Отпускная цена синтетического масла в литровой канистре – 40 гривен (а розничная цена может быть и в два раза больше). При покупке масла через маслораздаточный блок на СТО его цена составит 30 гривен. Причем цена заложена в оборудовании комплекса и остается одинаковой везде, по всей стране. То есть владелец АЗС застрахован от того, что на соседней заправке это масло будет стоить дешевле.

Рентабельность бизнеса для АЗС является очень высокой. На примере одного нашего клиента могу доказать, что если в канистрах продается в среднем 500-600 литров масла всех торговых марок, то через МРБ продается 5000-6000 литров! Сегодня реализовано и установлено около 50 единиц МРБ-5 (в основном – в Донецкой и Луганской областях). Всего на выбор предлагается семь видов масел, из которых для заливки в МРБ-5 можно выбрать пять. В зависимости от конъюнктуры клиент сам выбирает, какие масла продавать.

Что немаловажно, наш клиент не тратит деньги время на перепланировку проекта АЗС, согласования с бюрократией всех служб. МРБ-5 все это исключает, потому что наш маслораздаточный блок занесен в Госреестр и сертифицирован в Украине для коммерческого класса точности выдачи.

– Что необходимо АЗС для установки МРБ-5?

– В первую очередь – определиться с местом установки. Размеры необходимой площадки – 1900 на 3300 мм. Поверхность основания должна быть ровной и обеспечивать горизонтальную установку блока МРБ-5 устанавливается и готов к работе в течение пяти часов.

Беседовал **Евгений Пашенко**

НПП «Присадки»

г. Кременчуг, тел.: (0536) 79-24-87, 79-24-88

e-mail: slaval@prisadki.poltava.ua

г. Константиновка тел./ф.: (06272) 4-06-54

e-mail: yspex@kost.dn.ukrtelecom.ua



Olympia: семейный бизнес



Немного в автомобильной сфере найдется руководителей, которые готовы своей личной репутацией гарантировать качество продукта. Но если бизнес семейный, такое отношение к работе закономерно и вызвано высокой степенью риска, связанной с самым дорогим для человека – его родными и репутацией фамилии. Именно такое отношение в интервью autoExpert'у продемонстрировал владелец ТМ Olympia г-н Ахмад Шах Шахаб.

– Г-н Ахмад, как давно производятся масла Olympia и какое положение в мире занимает ваша марка?

– Масла Olympia производятся уже много лет, и мы завоевали известность на рынках Европы, Азии, Африки, Северной Америки и Среднего Востока. В современном мире, где господствуют транснациональные корпорации, объединяющиеся, чтобы сформировать еще большие конгломераты, меньшие игроки ограничены в возможностях развития бизнеса по производству масел и автохимии. Тем не менее мы в «Олимпии» полагаем, что в этом бизнесе есть место для маленьких и средних компаний. Мы не ставим себе за цель конкуренцию с другими производителями, а просто предлагаем клиенту отличный продукт, не хуже, чем могут предложить всемирно известные бренды. Все характеристики продукции указаны на упаковке, и масло в своей основе идентично. Клиенты просто могут сами испытать масла Olympia и оценить его в деле.

С недавнего времени Olympia Lube Oil FZCO применила нестандартный ход в вопросе упаковки своего продукта. Каждая канистра масла запаивается в полиэтиленовую пленку с логотипом ТМ Olympia, что обеспечивает сохранность товарного вида продукции и дает дополнительную гарантию аутентичности производителя.

– Где производится ваша продукция и каким образом вы гарантируете ее качество?

– Наша продукция, ассортимент которой включает моторные, трансмиссионные масла, тормозные жидкости, антифризы и другую автохимию, вся без исключения производится в Германии. На каких именно заводах – в наше время не имеет значения. Главное – что соблюдается технология производства, содержание канистры и пакет присадок точно отвечают технологии, а я лично контролирую процесс и отвечаю за качество продукции своей репутацией. Результат – наше минеральное масло проходит без вреда для двигателя минимум 6 тыс. км, полусинтетическое – 10-15 тыс. км, а синтетическое – до 25 тыс. км. Конечно, нам выгодно, если клиенты будут менять масло чаще, но опыт моей семьи и сотрудников нашей компании, заливающих исключительно масла Olympia, эти цифры подтверждает. Также наше масло активно продается в Сибири, на севере России, и показывает отличные результаты применения в условиях сурового климата. Причем, если мы гарантируем стойкую работу масла, то отвечаем головой за этот показатель.

– Какой у вас автомобиль и заливаете ли вы в него свое масло?

– Я много лет ездю на автомобилях Mercedes-Benz BRABUS, которые меняю примерно раз в четыре года. При этом заливаю исключительно синтетическое масло Olympia. Вы можете подумать, что за это время просто не успевают проявиться негативные последствия, но водитель, работающий в украинской компании, использует то же самое масло. И притом, что за 100 тыс. км он сделал всего четыре замены масла, двигатель исправен и работает без малейших сбоев!

– Насколько серьезно вы настроены по отношению к украинскому рынку смазочных материалов?

– Украинский рынок для нас очень интересен, потому мы упорно и работаем на нем с 2005 года. Уровень качества продукции в сочетании с широкой линейкой продуктов в разных ценовых категориях позволяют рассчитывать на хороший объем продаж. Потому в Украине работает одна из 22 наших компаний (всего масла Olympia продаются в 38 странах мира). На данном этапе мы сотрудничаем со многими дилерами, которые покрывают большую часть территории вашей страны. В ближайшем времени откроем филиал в Одессе, что, благодаря наличию морского порта, позволит нам оперативно доставлять продукцию на Юг страны. Также в планах – расширение сети с организацией продаж, как минимум, во всех областных центрах.

Беседовал **Александр Кельм**



Заправка «дизелем» больше не потеряя?



По данным профильных консалтинговых агентств, продажи дизельного топлива в целом по рынку с начала кризиса упали почти на четверть. Отразилось ли столь значительное падение реализации на качестве топлива? На этот вопрос решили ответить специалисты столичного Института потребительских экспертиз.

показателю признано топливо сети ОККО и Shell Diesel – соответственно, 39 и 44 мг/кг при норме не больше 50-ти. Продаются они как «обычный» дизель, хотя трейдеры могли бы вполне обоснованно добавить приставку «евро» и продавать дороже.

Второй значимый показатель – температура вспышки в закрытом тигле. Он характеризует температуру воспламенения топлива. Говорит в первую очередь о пожароопасности. В случае ДТП с участием автомобиля, заправленного топливом с малой температурой воспламенения, безопасность водителя представляется весьма условной. К сожалению, одна из отобранных проб не уложились в норматив. При норме вспышки не ниже 62 градусов Цельсия, «дизель» БРСМ показал 22! Это может говорить только об одном – в данное дизтопливо попали легкие фракции, т.е. бензин. При работе двигателя на такой «смеси» последствия для него могут оказаться непредсказуемыми.

Следующий показатель – цетановое число. Оно определяет период задержки воспламенения топливной сме-

си – это тот промежуток времени, который проходит от момента впрыска топлива до начала его горения. Чем ниже цетановое число, тем выше жесткость работы дизельного двигателя, расход топлива и дымность отработанных газов. А чем оно выше – тем ниже скорость нарастания давления и менее жестко работает двигатель.

И здесь экспертов ждал приятный сюрприз. В прошлом исследовании по этому показателю была почти катастрофа – больше трети проверенных тогда заправок не «уложились» вообще ни в какой ДСТУ по цетановому числу, а до отметки Euro 4 не дотянулся никто. В этот раз все оказалось намного лучше. И опять удивили ОККО и Shell Diesel – эти образцы поставили рекорд, достигнув 51 единицы, что соответствует требованиям «жесткого» ДСТУ 4840:2007! Такие результаты специалисты Института видят впервые. Эти пробы подтвердили свое «европейское» происхождение, причем продавались за «обычную» цену.

Остальные участники тоже показали хороший результат. Уложились в нормативы все «неевропейцы» – ТНК (49 единиц при норме 45), Лукойл, и ANP. «Европейцы» же, хоть и не уложились в норматив, но все же показали достойный результат, всего на один пункт не дотянувшись до лидеров. Впрочем, по заверениям специалистов, этого вполне достаточно для комфортной работы двигателя.

И что же в сухом остатке? Если в прошлом исследовании однозначную победу одержал «евродизель», то в нынешнем уже не все так однозначно. Сегодня надо ориентироваться скорее не надписи на стелах АЗС, а на индивидуальные качественные характеристики каждого из образцов. Но тенденция, как говорится, на лицо – ситуация с качеством дизельного топлива улучшается, несмотря ни на какие кризисы. И тон здесь задают крупные всеукраинские сети, которые дорожат своей репутацией.

Денис Кокошинский

Исследованию подверглись четыре образца «евродизеля» на заправках WOG, БРСМ, Укртатнафта, а также пробы без отметки EURO – Shell, Лукойл, ANP, ОККО, ТНК. Эксперты покупали «солярку» в столице и по трассе Киев – Львов. Исследования проводились по разным методикам – «евродизель» проверяли на соответствие нормам новейшего ДСТУ 4840:2007 к топливу вида II, а «просто солярку» – по ДСТУ 3868 – 99. Самое главное различие между ними – содержание серы в топливе. Если для обычного дизтоплива допускается до 0,2 процента, то в Euro 4 – не более 0,005.

Результаты проверки содержания серы оказались намного лучше прошлых годов. Абсолютно все образцы уложились в нормы, были и отличившиеся. «Отличниками» по данному

Результаты исследований проб топлива на трассе Киев-Львов

Исследования по ДСТУ 4840:2007 к топливу вида II	Фракционный состав, % (норматив - не более 65 и не меньше 85 соответственно)	Цетановое число (норматив - 51)	Содержание воды (норматив - присутствует - отсутствует)	Температура вспышки в закрытом тигле, °C (норматив - не ниже 55°C)	Массовая часть серы, мг/кг (норматив - не более 50 мг/кг)
WOG	43.5 93.5	50	-	64	50
БРСМ	43 93	49	-	22	26
Укртатнафта	42.5 93	50	-	63	51
Укравто	44 93.5	50	-	60	34

Исследования по ДСТУ 3868 - 99	Фракционный состав, C (норматив - не более 280 и не более 370 соответственно)	Цетановое число (норматив - 45)	Содержание воды (норматив - присутствует - отсутствует)	Температура вспышки в закрытом тигле, °C (норматив - не ниже 62°C)	Массовая часть серы, % (норматив - не более 0,2)
Лукойл	260 366	50	-	66	0,0049
ОККО	256 357	51	-	65	0,0039
ANP	260 355	50	-	63	0,012
SHELL	265 361	51	-	62	0,0044
ТНК	253 349	49	-	68	0,0034

«Автомеханика-центр» начала поставки оригинального дилерского оборудования для диагностики

Компания «Автомеханика-центр» начала официально поставлять на рынок Украины широкий перечень оригинального дилерского оборудования для профессиональной диагностики автомобилей. В ассортименте компании представлены:

- диагностическая система IDS для диагностики автомобилей Ford, Mazda, Jaguar, Land Rover, Lincoln. Работает на платформе современного ноутбука.
- диагностический сканер HDS GNA 600 для Honda и Acura.
- дилерский прибор Star Scan для диагностики автомобилей Chrysler, Jeep, Dodge, Eagle
- дилерский сканер Subaru Select Monitor для диагностики Subaru и SAAB
- дилерский сканер с осциллографом HI SCAN PRO для диагностики Hyundai и KIA
- для диагностики Toyota и Lexus предлагаются два оригинальных дилерских прибора: Intelligent Tester II и диагностическая система TIS Techstream — новинка 2008 года. Новая диагностическая система только начала осваиваться на рынке Соединенных Штатов и пока неизвестна в Европе.

Дилерское оборудование доступно к продаже без ограничений, в том числе и для независимых автосервисов. Все оригинальные приборы поставляются официально, поддерживаются гарантией и сопровождаются бесплатным обновлением базы данных в течение 1 года, а диагностическая система TIS еще и 2-летней подпиской на сервисную информацию Toyota. По вопросам консультаций и получению информации заходите на сайт www.amtool.ua

«Автомеханика-центр», г. Киев, ул. Семьи Сосниных, 7А,
тел.: (044) 351-13-42, 351-13-40, e-mail: oem@amtool.com.ua

Модульная система Bosch - все необходимое для проведения техосмотра на СТО

С начала 2009 года компания Bosch начала поставки в Украину новых линий инструментального контроля SDL 43XX. Интерес к этому оборудованию в нашей стране в первую очередь вызван тем, что в данный момент многие СТО ведут активную подготовку своей технической базы для предоставления автовладельцам услуги проведения техосмотра.

Одним из ключевых преимуществ новой линии инструментального контроля SDL 43XX является то, что оборудование полностью сертифицировано и позволяет производить оценку технического состояния транспортных колесных средств в соответствии с требованиями ДСТУ - 3649.

Модульная концепция SDL 43XX позволяет СТО расширить тестовую линию в комплексный диагностический центр, состоящий из: тестера увода колеса, тестера для проверки амортизаторов, тормозного стенда, газоа-

нализатора, прибора для регулировки света фар, тестера для контроля бортовых компьютеров с функциями считывания/стирания памяти ошибок, анализа датчиков и исполнительных механизмов на борту автомобиля.

Конструкция диагностической линии и структура программного обеспечения ориентированы на проведение быстрой и объективной диагностики состояния транспортного средства, что позволяет повысить эффективность работы СТО. Оператор имеет возможность выбора наиболее удобного для себя формата отображения результатов проведенных измерений. Кроме того, линия оснащена рядом дополнительных автоматических функций, облегчающих работу оператора. Среди них - автоматическое распознавание полноприводных автомобилей. Процедура проведения проверки автомобиля предполагает определение и отображение всех необходимых (в соответствии с ДСТУ-3649) параметров, в том числе времени срабатывания тормозной системы.

Данные клиентов и все результаты измерений могут сохраняться в общую базу данных. SDL 43XX может быть включена в компьютерную сеть (Bosch Workshop Network - BWN). Это позволяет организовать на СТО обмен информацией между различными диагностическими постами.

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.relcom

Оборудование для СТО

Шиномонтаж «под ключ»

тел.: (044) 22-33-11-7

(068) 358 81 95

www.weder.com.ua





- 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 отработок. 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

моб./менеджер: (067) 372-69-08

моб.офис: (050) 434-37-75

тел./факс: (0372) 52-75-96,

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

ООО «РОЛСЕР АВТО»



г. Киев, ул. Грекова 12, кв.43

тел: 8 (067) 942-77-27

8 (044) 587-89-40

e-mail: rolser@ukr.net

www.rolser.com.ua

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО СТЕНДАМ РАЗВАЛ-СХОЖДЕНИЯ

HOFFMANN



- Цена от 13000 Евро!
- Технология 3-D
- Установка
- Гарантия
- Сервис



Мы работаем со всеми клиентами – без исключений!

Чтобы форсунка не зачихла...



Когда представляется случай «помучить» вопросами специалиста компании, которая произвела оборудование, заинтересованные лица его не упускают. Возможность изучить работу прибора для обслуживания форсунок Carbon Zapp STU-1100е представилась на встрече с ведущим техническим экспертом Carbon Zapp International Джорджем Мариолисом, организованной компанией «РОЛСЕР Авто» для менеджеров СТО.

Для начала стоит рассказать, о каком оборудовании идет речь. STU-1100е создан для работы с форсунками Common Rail всех типов, а также обыкновенными дизельными форсунками и более сложными насос-форсунками. Если в двух словах описать функции прибора – диагностика и очистка. Акцентируем внимание, что программное обеспечение и универсальность конструкции позволяют STU-1100е работать с форсунками всех производителей. Как именно происходит обслуживание дизельных инжекторов, продемонстрировал

представитель Carbon Zapp.

Первой «выступила» камера для проверки разбрызгивания. В ней используется светодиод, который усиливает визуализацию распыления и профиля разбрызгивания дизельных инжекторов. Чтобы видимость не затрудняли накапливающиеся в камере пары, предусмотрено устройство подачи глубокого вакуума, которое моментально устраняет все газообразные помехи.

Далее с помощью мерных трубок было измерено количество впрыснутого и возвращенного инжектором топлива (одна из тестируемых фор-

сунок оказалась изрядно засоренной). Для «лечения» применили мойку специальным химическим раствором, а также «искупали» в ультразвуковой ванне. О ней стоит рассказать отдельно, Carbon Zapp реализовали две интересных опции. Первая – дегазация раствора, в котором собственно и происходит очистка. Занимает эта процедура всего лишь несколько минут, но положительно сказывается на конечном результате работы. И вторая – переменная частота ультразвука. За счет колебаний частоты налет с поверхностей форсунок удаляется лучше.

Отдельно стоит упомянуть удобные «фишки» вроде различных переходников для разных типов форсунок, дабы измерения были более точными и в помещении бокса не распространялся запах сервисных жидкостей.

Кроме того, STU-1100е может работать как в автоматическом режиме, так и с полностью ручными настройками каждого этапа диагностики и чистки. Причем прибор позволяет одновременно обрабатывать несколько форсунок: пока одна «кормится» химическими раствора-



Сергей Власюк, директор «РОЛСЕР Авто»: «Carbon Zapp – это премиум-бренд, который ориентирован на качественное обслуживание».

ми, вторая подвергается ультразвуковой обработке.

Также к плюсам прибора от Carbon Zapp нужно зачислить разогреваемый держатель для инжектора, который симулирует реальные условия работы (температуру двигателя) и выступает в роли катализатора для моющего раствора, повышая эффективность процедуры. Напомним, жидкости для функционирования прибора нужно три: промывочная, тестовая и для ультразвуковой ванны (в комплект поставок входит по одной емкости каждой, хватает на 100-200 сеансов в зависимости от типа форсунок).

На первый взгляд, STU-1100e кажется неплохим по соотношению «цена-качество» прибором (его стоимость около 17 тыс. евро). Но наверняка об этом лучше знать тем, кто его уже использует. «Этот аппарат – оптимальный выбор для небольшой или средней СТО», – уверен **Борис Дворяковский**, директор СТО «Diesel+». По мнению Бориса Альбиновича, если станция не занимается другими видами работ по топливному направлению или их объем не столь велик, то не имеет смысла покупать оборудование дороже: «STU – 1100e с лихвой хватает для работы с одними форсунками. А стенд с возможностью диагностики других узлов потянет на сотню тысяч евро. Это совсем другие порядки цен». К тому же никто не мешает в компанию к STU-1100e докупить отдельные тестеры для топливного насоса, клапанов и т.д. На станции «Diesel+» прибор используется уже полтора года, нареканий на качество работы нет. «Единственное, поначалу были проблемы с тестовой и промывочной жидкостями – их надо было заказывать и ожидать от других поставщиков, – говорит Борис Альбинович. – Теперь и этот вопрос решили с помощью «РОЛСЕР Авто».

Впрочем, сами поставщики не менее довольны греческим оборудованием. «Carbon Zapp – это премиум-бренд, который ориентирован на качественное обслуживание, – говорит Сергей Власюк, директор «РОЛСЕР Авто». – Оборудование этой компании успешно применяется на отечественных автосервисах, которые обслуживают современные дорогие автомобили со сложными топливными системами. И ес-



К вопросу о расходных материалах: прибор использует обычные топливные фильтры.

ли среди приборов для бензиновых систем на рынке Украины есть аналоги со сравнимой ценой, то в дизельной сфере греческая компания конкурентов в своей нише почти не имеет». Весомым фактором, по мнению Сергея, выступает и трехгодичная гарантия. В надежности прибора компания «РОЛСЕР Авто» убедилась, так как ни одной рекламации в нашей стране не было.

«У нас достаточно клиентов даже в кризис, – добавляет Сергей Власюк. – В основном, это СТО, которые в числе прочих работ занимаются диагностикой и ремонтом топливных систем. Причем среди них как крупные станции, так и совсем небольшие. Ведь чис-

тка инжекторов занимает всего около часа, но на «здоровье» автомобиля сказывается сильно. Поэтому довольно выгодно предоставлять эту услугу». В заключение скажем, что в планах «РОЛСЕР Авто» – амбициозное желание сделать бренд Carbon Zapp символом надежности и качества.

Виктор Кондратенко

ООО «РОЛСЕР Авто»

г. Киев, ул. Грекова, 12, кв.43
тел.: (044) 587-89-40
моб.: (067) 942-77-27
e-mail: rolser@ukr.net
rolser@rolser.com.ua
www.rolser.com.ua



Для функционирования STU-1100e необходимо три жидкости: промывочная, тестовая и для ультразвуковой ванны.

ОБОРУДОВАНИЕ для СТО

напряжения
питания
220/380V

6100\$
в комплекте траверсы
и поворотные круги

3.2т, 4.0т - от 2200\$

1380\$

6200\$

от 1150\$

3050\$

развал-
схождение

11500\$

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

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

**OPEN
SYSTEM**

29006, Украина, г. Хмельницкий, а/я 1324
тел./факс: (0382) 789-684, 789-685

opensys@opensys.com.ua
http://opensys.com.ua

ЧМП «Оупен Систем» является разработчиком
и производителем широкого спектра дизельного
диагностического оборудования



Прибор CR Tester.PR предназначен для тестирования, проверки работоспособности, а также восстановления электромагнитных форсунок системы подачи топлива Common Rail фирм Bosch, Denso, Delphi.



Прибор Diesel Tester. VE предназначен для диагностики и проверки работоспособности ТНВД распределительного типа с индуктивным и потенциометрическим датчиком положения клапана-золотника (дозатора) – HDK и EDC.



Блок питания рядных насосов предназначен для проверки производительности рядных ТНВД серии PE (с контролером положения рейки).



Тахометр OS-18.05.06, предназначен для работы совместно со станком регулировки и испытания дизельных топливных насосов высокого давления с управлением асинхронными приводами MITSUBISHI, DELTA, TOSHIBA.

Дополнительное оборудование, предлагаемое ЧМП «Оупен Систем» для диагностики и ремонта ТНВД:

- прибор DT Indicator предназначен для измерения хода клапана опережения для распределительных ТНВД и хода рейки для рядных ТНВД, который позволяет: измерить ход рейки, установить ноль в любом положении датчика;
- прибор Pr-Tester v1.0b предназначен для измерения давления в топливной системе CR, FSI. Тестер отображает текущее и максимальное значение давления, а также имеет функцию автоматического выключения.

Также предприятие осуществляет модернизацию станков проверки ТНВД, до уровня компьютерного управления.

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
стенды

Шиномонтажные
стенды

Подъемники

Обогреватели
воздуха

Лаборатория по
подбору автоэмалей
Sikkens и Lesonal

FUTURA YOKI

Покрасочные камеры и посты
подготовки

Рихтовочные станки

Стенды для
регулировки геометрии
углов установки колес

Диагностическое
оборудование

ФОРМИРУЕМ ДИЛЕРСКУЮ СЕТЬ

Как правильно выбрать шиномонтажное оборудование?



В наши дни на рынке представлен широкий выбор шиномонтажного оборудования, начиная с именитых европейских производителей и заканчивая азиатскими образцами, зачастую сомнительного качества. При выборе б/у оборудования остро встает вопрос запчастей, которые иногда невозможно достать. Поэтому предпочтительно покупать новое, в первую очередь, ориентируясь на наличие гарантийного обслуживания.

При выборе поставщика оборудования основное внимание следует уделить наличию сервисного обслуживания, гарантийных обязательств поставщика. Большинство фирм дает гарантию 1-1,5 года, и только некоторые – 2 года. Большое значение имеет наличие послегарантийного обслуживания, ведь оборудование с годами будет требовать замены всяких сальников и прокладок, которую лучше осуществлять в условиях авторизированной мастерской.

Итак, в шиноремонтной мастерской два главных станка – балансировочный и шиномонтажный. Каким же основным требованиям должен отвечать балансировочный стенд? В первую очередь, точность балансировки. Стенд должен иметь хорошее программное обеспечение и выдавать верные данные. Естественно, он должен быть надежен и удобен, иметь приятный внешний вид. Для качественного балансировочного стенда необходимо наличие электронной линейки, автоматического пуска и остановки колеса. Также отличительной чертой хорошего балансира является функция оптимизации балансировки, позволяющая уменьшить вес грузиков, крепящихся к колесу, в целях экономии средств.

Для шиномонтажного станка важны: максимальный диаметр колеса – 20 дюймов; наличие набора защитных насадок для литых дисков; ролик на монтажной лапе; эргономичное расположение педалей управления, позволяющее принимать удобное положение при разбортировке колеса. Шиномонтажные станки бывают полуавтоматические и автоматические, т. е. с откидывающейся монтажной стойкой. Последние несколько удобнее, но занимают значительно больше места и дороже полуавтоматов. Очень актуальны станки с «третьей рукой» для эффективной разбортировки низкопрофильных покрышек, а также оснащенные «пневмоударом», т. е. имеющие так называемую взрывную подкачку из сопел, расположенных в держателях диска. Таким образом, облегчается накачка колес с низким профилем.

При комплектации поста шиномонтажа «под ключ» имеет смысл обратиться к тому поставщику, который сможет предложить полное оснащение поста всем необходимым, начиная со станков и заканчивая домкратами, мелким инструментом, расходниками, а также провести пуско-наладочные работы и обучение персонала.

Оборудование немецкой компании Weder GmbH отвечает всем вышеперечисленным требованиям, а эксклюзивный дистрибьютор ДП «Ведер» предоставляет двухлетнее гарантийное и послегарантийное обслуживание. Имеются в наличии компрессоры, домкраты, гайковерты, расходные материалы и прочее. Осуществляется доставка по Украине. Действуют различные акции и широкая система скидок, позволяющие покупателю значительно экономить на материальных затратах.

ДП «Ведер»

тел.: (044) 22-33-117, 8 (068) 358-81-95

www.weder.com.ua

Последнее слово в технологии развала-схождения



Будущее за 3D-технологией

Расхожее выражение «сход-развал» отражает упрощенное представление о комплексе параметров установки колес автомобиля. На самом деле процедура контроля и регулировки геометрии подвески современного автомобиля не ограничивается этими двумя параметрами. По мере усложнения конструкции подвесок и повышения требований к устойчивости и управляемости автомобиля в обиход вошли такие понятия, как «угол продольного и поперечного наклона оси поворота колеса», «соосность колес» и т.д. Одновременно ужесточались требования к измерению и регулировке (если это предусмотрено) этих параметров, что посто-



Легкие и «неубиваемые» оптические мишени монтируются на передние колеса с помощью держателей

Известная своей инновационной деятельностью фирма John Bean в очередной раз удивила автомир. Ее инженеры разработали уникальную гибридную технологию контроля и регулировки УУК. В ней нашлось место и колесным измерительным блокам, и оптическим мишеням, и устройствам видеонаблюдения, и беспроводным средствам передачи данных. Так родился мобильный стенд Visualiner Prism, сочетающий лучшие качества традиционных и 3D-стендов развала-схождения.

янно подхлестывало разработку все более совершенного оборудования для проверки и настройки подвески при послепродажном обслуживании.

В результате «первобытные» оптические стенды с лампами накаливания и шкалами лет 20 тому назад уступили место электронным измерительным приборам, так называемым головочным стендам, которые значительно расширили возможности автосервисов по контролю и регулировке углов установки элементов подвески. После нескольких лет монопольного существования электронных устройств появились системы с использованием пространственных измерений – стенды 3D. Это стало революцией в области контроля геометрии подвески и кузова автомобиля.

За десятилетие существования на рынке первоначальное недоверие к новому оборудованию сменилось убежденностью, что 3D-стенды – лучшие приборы в своем классе. Их отличают высокая скорость и точность работы, а также возможность получить исчерпывающую, достоверную информацию о параметрах геометрии подвески и кузова даже при погрешности в юстировке подъемника. Использование ударопрочных мишеней и отсутствие соединительных кабелей обеспечивает высокую надежность и минимум эксплуатационных расходов.

Сегодня массовый переход на оборудование с технологией 3D ограничивается только лишь его относительно высокой стоимостью. Но и в этом направлении происходят позитивные перемены – за последние три года цена на такие приборы снизилась на 25-30% при одновременном увеличении стоимости традиционных электронных стендов с колесными измерительными блоками. Это обусловлено рядом причин. Во-первых, постепенной окупаемостью инвестиций в разработку мно-

гомерной технологии. Во-вторых, меньшей себестоимостью аппаратной части 3D-стендов в сравнении с «головочными». Вскоре 3D-технология вытеснит с рынка традиционные стенды с колесными датчиками. Близость этого события стала очевидной с появлением последней разработки фирмы John Bean, которой принадлежит авторство трехмерной технологии.

«Призм»

Новинка, получившая название Visualiner Prism, как и многие детища фирмы, не имеет аналогов ни у одного из производителей данного вида оборудования. Принцип работы прибора основан на симбиозе аппаратных средств и методик, присущих традиционным «головочным» и 3D-стендам. Его измерительная система состоит из двух оптических мишеней и двух компактных измерительных блоков, или «подов» (POD – Portable Device, что значит «портативное устройство»). Все элементы системы с помощью держателей крепятся на колесах автомобиля: мишени – на передних, поды – на задних. Информация от измерителей поступает на центральную консоль по беспроводному каналу Bluetooth.



В компактном магниевом корпусе поды спрятаны видеокамера, чувствительная микросхема, ИК-датчик, устройство радиосвязи стандарта Bluetooth и аккумулятор.

Колесные мишени «призма» принципиально устроены так же, как мишени обычных 3D-стендов, и отличаются лишь тем, что изготовлены из легкого магниевого сплава (так же, как держатели и поды) и развернуты «лицом» в сторону задних колес. Поды – уникальные компоненты, конструкция которых кардинально отличается от традиционных измерительных головок. Они выполняют несколько функций. Поды регистрируют пространственное положение задней оси автомобиля, но делают это иначе, нежели электронные головки. Самое слабое звено головок – инклинометры, реагирующие на отклонение от гравитационной вертикали в двух плоскостях – продольной и поперечной. По сути, инклинометр представляет собой маятник. Вследствие требования высокой чувствительности его конструкция получается уязвимой. При ударе инклинометр легко повреждается, несмотря на демпфирование маятника магнитным полем, вязкой жидкостью и другими способами. Повреждение инклинометра, естественно, ведет к его замене с последующей калибровкой стенда. А это расходы, причем достаточно существенные: стоимость инклинометра различных производителей колеблется от 250 до 800 евро. В поде функцию инклинометра выполняет микросхема, генерирующая электрический сигнал в зависимости от наклона в продольной и поперечной плоскостях. Никаких прецизионных механических компонентов, которые могут быть повреждены, в измерительных блоках «призма» нет. В то же время в них есть то, чего нет в головках электронных стендов. В подах смонтированы видеокамеры, отслеживающие перемещение колесных мишеней, установленных на передней оси автомобиля. Относительное положение видеокамер контролируется с помощью размещенных в подах ИК-датчиков. Таким образом, вокруг автомобиля создается замкнутый измерительный контур, позволяющий получить полную информацию о геометрии подвески. Поды – автономные устройства, питающиеся от встроенных li-Ion-аккумуляторов, емкости которых хватает на 24 часа работы.

Какие преимущества дает гибридная конструкция «призма»? Во-первых, в сравнении с обычными 3D-системами, отказ от стационарного размещения видеокамер делает стенд мобильным. Проверку и регулировку подвески можно выполнять на нескольких приспособленных для этого рабочих постах. Во-вторых, крепление камер на автомобиле устраняет такую особенность 3D-стендов, как ограничение ви-

димости мишеней при исследовании автомобилей с разной шириной колеи и колесной базой и при изменении высоты платформ подъемника. В-третьих, в отличие от электронных стендов, нет необходимости использовать спойлер-адаптеры на автомобилях с низким обвесом. Между мишенями нет оптической связи, которая может быть нарушена элементами кузова или подвески автомобиля. В-четвертых, контроль параметров передней оси с помощью технологии видеонаблюдения позволяет обойтись без использования электронных поворотных кругов, что заметно снижает инвестиции. Наконец, в-пятых, отсутствие уязвимых компонентов и соединительных кабелей повышает надежность оборудования и удобство работы, одновременно сокращая эксплуатационные расходы.

Наличие в составе «призма» колесных измерительных блоков обуславливает методику измерений, отличную от процедуры «прокатывания», которая применяется в 3D-стендах. Компенсация биения дисков выполняется вращением вывешенных колес на небольшой угол. Параметры колес задней оси, как упоминалось, измеряются с помощью чувствительных микросхем, расположенных в подах. Исход-



Visualiner Prism – «первая ласточка» среди мобильных стендов, использующих 3D-технологии.

ные данные о геометрии передней оси (схождении, развале, углах продольного, поперечного наклона оси поворота и т.д.) система получает в процессе визуализации мишеней при повороте передних колес, установленных на механические круги. Вся информация передается по каналу Bluetooth в центральную консоль, оснащенную компьютером Dell, 17-дюймовым монитором, клавиатурой, мышью и цветным принтером. Она обрабатывается с помощью программного обеспечения, и на экране отображаются все измерен-



Размещение видеокамеры на колесе автомобиля снимает все ограничения, связанные с обеспечением видимости мишеней.

ные и вычисленные углы установки колес. По завершении работы оператор может распечатать цветной отчет с данными до и после обслуживания.

Разработчики Visualiner Prism подчеркивают, что их детище отличается скоростью и точностью измерений, а также простотой использования, позволяющей даже начинающему быстро стать экспертом в деле контроля и регулировки УУК. Важную роль в этом играет софт стенда. Программа с предельно простым и логичным интерфейсом шаг за шагом сопровождает пользователя через процесс диагностики и регулировки. Она своевременно предоставляет в распоряжение оператора подсказки в виде трехмерной анимации с деталями процедуры регулировки, инструкции к по инструменту, запчастям и приспособлениям, а также самую полную в автоиндустрии базу данных с заводскими спецификациями параметров подвески 25000 автомобилей разных мировых рынков. ПО стенда содержит ряд специальных функций. Они дают возможность контролировать УУК с учетом высоты кузова, выявлять деформацию рамы, отображать в режиме реального времени ход регулировки схождения и развала вывешенного колеса. Все это предельно сокращает время обслуживания и позволяет добиться гарантированно точного результата. Если учесть, что Visualiner Prism стоит дешевле электронных стендов с колесными датчиками, можно смело утверждать, что на сегодняшний день новинка от John Beap является наиболее прибыльным вложением денег для автомастерских.

Жорнокуй Андрей Павлович,
руководитель отдела продаж
и развития региональной сети
ООО «Радиал-Украина»
г. Киев, пер. Балтийский, 20
тел/факс: (044) 585-04-02
г. Львов, ул. Королева, 10
тел/факс: (032) 275-12-67
www.radial.com.ua

Как делать деньги с Ultrascan



Диагностический прибор Ultrascan^{plus} при разумном использовании может стать самым выгодным вашим вложением. Это тот инструмент, на основе которого можно построить очень выгодный бизнес. Однако успех не настолько прост, чтобы можно было положить прибор на полку и просто ждать, когда клиенты постучат к вам в дверь.

Перед тем, как рассматривать вопрос «Как зарабатывать деньги с помощью Ultrascan^{plus}», необходимо уточнить некоторые моменты. Во-первых, мы рассматриваем не только варианты получения платы за выполнение услуг диагностики. Ultrascan^{plus} — уникальный инструмент, который дает множество возможностей стабильной прибыли для своего владельца. Существуют методы «бесплатных услуг», которые привлекут новых клиентов к вашей станции техобслуживания, удержат ваших постоянных клиентов, а благодаря популярности — увеличат стоимость именно «ваших» услуг на конкурентном рынке.

Идеи, представленные в этой статье, основаны на многолетнем опыте по продаже и использованию зарубежного оборудования для автосервиса, в том числе и Ultrascan^{plus}. Кроме того, использован опыт

большого количества пользователей сканера. При этом не стоит забывать, что одни идеи подойдут для любой мастерской, а другие, в связи с разнообразной спецификой авторемонта, подойдут отнюдь не для каждого автосервиса. Любой грамотный владелец Ultrascan^{plus} изучит все предложенные в данной статье идеи и каждую «примерит» на свой автосервис, выбрав более отвечающую его представлению об успешном ведении бизнеса. При этом не стоит забывать о творчестве, не стесняйтесь изменить любую из наших идей, подстроив ее под свои индивидуальные потребности.

Получение дохода

Первая мысль, которая приходит в голову при покупке Ultrascan^{plus} — «Если я покупаю сканер за XXXX долларов, я должен продать XXX услуг по диагностике автомобилей, для того чтобы окупить его». Однако это неверный способ оценки возможностей Ultrascan^{plus} делать деньги. Да, вы получите тех клиентов, которые хотят «продиагностировать» свой автомобиль. Большинство мастерских устанавливает стоимость простой диагностики в пределах 80-100 грн., что включает в себя только проверку памяти блоков управления автомобиля на наличие ошибок, их расшифровку и удаление (если физическая неисправность самоустранилась). Да, вы можете легко вернуть свои вложенные деньги, только продавая услугу диагностики. Но это — только верхушка айсберга. Почему? При этом вы практически не привлекаете новых клиентов и не стимулируете спрос на услуги вашего автосервиса. Клиент просто получил услугу, оплатил ее и забыл о вас. Чтобы получить больше, вы должны донести до клиента информацию о возможностях сканера Ultrascan^{plus}. Нужно показать клиенту, что Ultrascan^{plus} — не просто сканер, а превосходный диагностический инструмент, который в совокупности с газоанализатором является важным и незаменимым комплексом для ремонта автомобиля.

Прежде чем мы начнем рассматривать способы стимулирования клиентов и увеличения продаж услуг диагностики, давайте посчитаем, сколько раз в месяц вы продаете эту услугу. При условии, что никаких действий по продвижению не было предпринято, кроме как оповещения ваших клиентов о появлении данной услуги. Например, 30 x 80 грн. = 2400 грн. в месяц. То есть, «диагностируя» по одному автомобилю в день, вы уже зарабатываете 2400 гривен в месяц.

Чтобы увеличить это число, предложите каждому мастеру на вашей СТО мгновенную премию в размере 10 грн., если они успешно предложат клиенту провести диагностику, например, в дополнение к собственной услуге. Многие клиенты хотели бы знать состояние электроники своего автомобиля, у многих есть сомнения в его исправности, которые можно рассеять или подтвердить в процессе диагностики. Премия в размере 10 грн. увеличит прода-

жи; все ваши работники будут знать об Ultrascan^{plus} и его возможностях, что увеличит вероятность продажи каждым из них в отдельности.

Другой отличный способ увеличить популярность услуги диагностики у клиента – это удостовериться, что все ваши клиенты знают, что у вас есть Ultrascan^{plus}. Самый легкий путь состоит в том, чтобы вручить клиенту буклет или листовку с информацией о возможностях сканера.

Возможно, лучший способ донести информацию до ваших клиентов и стимулировать интерес к услуге диагностики состоит в том, чтобы предложить клиенту произвести с помощью сканера Ultrascan^{plus} входной и выходной контроль при выполнении ремонта автомобиля. Большинство мастерских включают в смету порядка 80 грн. за диагностику по согласованию с клиентом. А престижные автосервисы автоматически добавляют данную услугу в заказ-наряд.

Обеспечение работой других постов вашего автосервиса – один из лучших путей возврата ваших инвестиций в Ultrascan^{plus}. Во-первых, вы берете деньги с клиента за диагностику, которая производится в течение пяти минут и позволяет выявить проблему. Во-вторых, вы распечатываете информацию об обнаруженной неисправности и отдаете ее клиенту (документальное свидетельство неисправности). «Что посоветуете?» – будут вас спрашивать каждый раз после диагностики. Решение этого вопроса даст вам дополнительные работы. После ремонта вы опять проводите диагностику и распечатываете результаты с указанием на устранение неисправности (документальное свидетельство выполненных работ). Сохраняя данные документы в клиентскую базу, при дальнейшем обслуживании всегда можно вернуться к истории ремонтов. Данная технология обслуживания в сопровождении с документами повышает лояльность, доверие клиентов к вашему автосервису. Клиенты будут всегда возвращаться на вашу СТО, потому что знают, что вы храните всю историю автомобиля и ни кто кроме вас быстрее и качественнее не выполнит ремонт. Ваша СТО становится своего рода домашним доктором для автомобиля клиента, к которому всегда обращаются, при малейших сомнениях. Если клиент чувствует что-то необычное в работе своего автомобиля, будьте уверены, он непременно придет к вам, потому что у вас есть вся история обслуживания. Количество процедур входного/выходного контроля 10 в месяц x 80 грн. = 800 грн. в месяц.

Другие идеи продвижения

Другой отличный способ привлечь новых клиентов – напечатать для всех ваших работников персональные визитки. Поместите ваше наименование и адрес мастерской на лицевой стороне, а на обратной стороне можно указать размер скидки при использовании данной визитки. Ваши мастера будут пользоваться визитными карточками, и информация о ваших услугах распространится среди их знакомых и друзей.

Еще один вариант использования сканера Ultrascan^{plus} и развития новых направлений – диагностика автомобилей с пробегом, выставленных на продажу. Инструмент, который обеспечивает доверие к вашей мастерской. Любой покупатель подержанного автомобиля



обеспокоен одним – его состоянием. Ultrascan^{plus} даст уверенность в том, что клиент приобретает автомобиль в нормальном состоянии.

Экономьте деньги, используя Ultrascan^{plus}

До этого мы говорили о том, как делать деньги с помощью Ultrascan^{plus}. Теперь пришло время рассмотреть не менее важный момент – как сэкономить деньги. В этом ракурсе можно говорить о том, что сканер Ultrascan^{plus} окупает себя тем, что экономит вам деньги, снижает расходную часть. Очень интересный фактор, который в расчетах часто упускают.

Ultrascan^{plus} – лучший диагностический инструмент, который вы можете купить. Это означает меньше рекламаций: после ремонта проводится диагностика состояния систем автомобиля. Требуется всего несколько минут для подключения сканера к автомобилю, и опытный диагност подтвердит, исправен автомобиль или нет.

Последний ключик к успеху

Вы уже серьезно намериваетесь приобрести сканер. Либо, более того, вы уже его приобрели. Поздравляем вас с этим решением, которое повысит качество обслуживания и репутацию вашего автосервиса. В этой статье рассмотрено много идей, как вернуть ваши инвестиции, вложенные в Ultrascan^{plus} и получить доходный бизнес. Надеемся, что данная статья будет вашей отправной точкой, и вы не остановитесь на тех стандартных идеях, описанных здесь, и реализуете свои более оригинальные.

Однако еще один ключ к успешному бизнесу с Ultrascan^{plus} – это обучение. Имеется в виду обучение всего персонала вашей СТО. Все должны знать о возможностях прибора, особенностях услуги диагностики, ее стоимости. Это позволит любому вашему сотруднику объяснить клиенту как, зачем и сколько это будет ему стоить, и каких результатов можно добиться.

По материалам omg-vl.ru

Данные приборы на территории Украины представляет официальный дилер – компания «Форс»
г. Киев, ул. П. Запорожца, 13 А
тел./факс: (044) 206-60-06
(многоканальный)
e-mail: office@force.org.ua
www.force.org.ua

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	7
Ножничный (с площадкой и траверсой)	6000 USD	(067) 470-22-96	8
Двухстоечные 3,2 т	2600 USD	(067) 832-28-77	8
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	7
2 ст., 3,2 т, эл.-гидравл., Италия, Китай	2000 USD	(044) 592-27-33	9
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	9
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	6
2 ст., 4,5 т, гидравлический Trommelberg		(044) 467-60-70	6
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	7
4 ст., 4 т, AGM, Италия		(044) 286-61-04	7
4 ст., 4,5, гидравлический Trommelberg		(044) 467-60-70	6
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	9
Подъемники, 3 т и др.	догов.	(0472) 33-04-21	2
2 ст., 4 т., Weder, Германия		(044) 223-31-17	5

ШИНОМОНТАЖНЫЕ СТЕНДЫ

Автомат, 10-20.5", RAV, Италия	(044) 286-61-04	7
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	6
Вулканизатор универсальный		(044) 223-31-17	5
Для грузовиков, 14-26", Beissbarth, Германия		(044) 467-60-70	6
Для грузовиков, 14-26", Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	6
П/авт., Sirius (комплект), Италия	8900 грн.	(0472) 33-04-21	2
П/авт., 10-20.5", RAV, Италия		(044) 286-61-04	7
П/авт., 12-21", эл.-пневм. Trommelberg, Германия		(044) 467-60-70	6
П/авт., 12-22", эл.-пневм. Beissbarth, Германия		(044) 467-60-70	6
Шиномонтажные стелды «Орион-М»	7600 грн.	(0472) 41-70-37	1
Шиномонтажные стелды легковое, грузовое в ассортименте	от 900 USD	(044) 592-27-33	9
Шиномонтаж "под ключ"		(044) 223-31-17	5

БАЛАНСИРОВОЧНЫЕ СТЕНДЫ

Адаптер д/восстан. колес: «Бычок», «ГАЗель», нестандарт колеса,Укр.	(044) 467-60-70	6	
Балансировочные стелды	7350 грн.	(0472) 33-04-21	2
Балансировочные стелды Weder, Германия	(044) 223-31-17	5	
Beissbarth 10-26 Германия	2200 euro	(0322) 99-19-53	3
Балансировочные стелды	от 900 USD	(044) 592-27-33	9
Балансировочный стелд, авт/полуавт., RAV, Италия	(044) 286-61-04	7	
Стелд балансировочный 1920, Trommelberg, Германия	(044) 467-60-70	6	
Стелд балансировочный 1950, Trommelberg, Германия	(044) 467-60-70	6	
Стелд балансировочный Beissbarth, Германия	(044) 467-60-70	6	
Стелд балансировочный компьютерный ST-Maxi, Украина	(044) 467-60-70	6	

МАТЕРИАЛЫ И ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ШИНОРЕМОНТА

Борторасширитель для колес груз. авто	3700 грн.	(0472) 33-04-21	2
Вулканизатор винтовой, пневмотический	от 2700 грн.	(0472) 32-09-04	2

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 гідроудари 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
Сертифікована ОС РІРС
Номер сертифіката:
08.062.180

NEW

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

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

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
Вулканизатор универсальный для шин и камер	от 2200 грн.	(0472) 41-70-37	1
Вулканизатор универсальный Trommelberg, Германия	(044) 467-60-70		6
Вулканизатор универсальный, винт. прижим, Lotus, Укр.	(044) 467-60-70		6
Вулканизатор универсальный, европрижим, «Асогис», Укр.	(044) 467-60-70		6
Вулканизаторы легковые, грузовые, универсальные	от 150 USD	(044) 592-27-33	9
Шиноремонтные материалы, грузы балансировочные, в ассорт.	(044) 592-27-33		9
Шиноремонтные материалы, грузы, в ассорт.	(044) 223-31-17		5

ДИСКОПРАВИЛЬНЫЕ СТЕНДЫ

Гидравлический дископравильный стенд Lotus 4	(044) 467-60-70	6
Дископравильные станки от производителя	от 11700 грн.	(0472) 33-04-21 3
Дископравильные станки в ассортименте	(044) 223-31-17	5
Дископравильные станки, в т.ч. «ГАЗель»	от 9950 грн.	(0472) 41-70-37 1
Дископравильный стенд 12-21" Lotus 3	(044) 467-60-70	6
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 9

СТЕНДЫ РЕГУЛИРОВКИ РАЗВАЛА/СХОЖДЕНИЯ

Разв.-сх.	3000 грн.	(0472) 41-70-37 1
Разв.-сх. инфракрасный 8-сенсорный	8500 евро	(044) 592-27-33 9
Разв.-сх. инфракрасный RAV, Италия	(044) 286-61-04	7
Разв.-сх. лазерный	(044) 467-60-70	6
Разв.-сх. лазерный, с привязкой к задним колесам СКВО	(044) 467-60-70	6
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	6
Стенд компьютерный 8-сенсорный Trommelberg, Германия	(044) 467-60-70	6
Стенды геометрии кузова	от 5800 евро	(044) 286-61-04 7

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

ВСПОМОГАТЕЛЬНОЕ, РЕМОНТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТ

Автослесарный профессиональный инструмент, в ассортименте	(044) 286-61-04	7
Домкрат, 4 т, пневматический, H=440 мм, Укр.	(044) 467-60-70	6
Домкрат, 0.3 т, д/облег. снятия и устан. КПП, балок	(044) 467-60-70	6
Домкрат, 3 т, пневматический, H=380мм, Укр.	(044) 467-60-70	6
Домкраты подкатные	(044) 286-61-04	7
Зачищающие пневмомашинки Chicago Pneumatic, США	от 90 USD	(044) 254-21-04 7
Кран д/снятия и установки ДВС, 0.5 т	(044) 467-60-70	6
Пневматический инструмент, в ассортименте	(044) 286-61-04	7
Пневмоинструмент, Италия, Германия	(044) 592-27-33	9
Пневмонабор д/каждодневных работ, Италия	(044) 467-60-70	6
Пресс гидравлический, 20 т	(044) 467-60-70	6
Пресса пневмогидравлические 5-70 т	800 грн.	(044) 592-27-33 9
Пресса гидравлические OMA Италия	(0322)99-19-53	3
Пуско-зарядные устройства, Италия	(044) 286-61-04	7
Специнструмент в ассортименте	(044) 592-27-33	9
Трансмиссионные стойки, краны, сталея	от 40 евро	(044) 592-27-33 9

СТЕНДЫ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ГЕОМЕТРИИ КУЗОВА, ИНСТРУМЕНТ

Autorobot, эл.-измерительная система с радиоконтролем	(044) 286-61-04	7
Рихт. инструмент Picard	(044) 286-61-04	7
Рихтовочные стенды Autorobot, Финляндия	(044) 286-61-04	7
Стапели для правки кузовов MAXIMA	12500 USD	(067) 470-22-96 8
Рихтовочные стенды, инструмент	от 20 евро	(044) 592-27-33 9

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	6
Диагностическое оборудование	(044) 592-27-33	9

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

Обладнання для СТО
Підіймачі
Дископравильні станки
Стенди
розвалу-сходження
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

Профессиональные технологии для шиноремонта и оборудование для автосервиса

REMA
TOP
Rasvic
X-seal
Maruni

г. Харьков, Авторынок "Лоск", 2 ряд, 12 место
+38 067 570 89 85, +38 068 605 54 71
(057)707 09 79, +38 057 757 98 77
pavlov09@mail.ru

ТОВ "ФОРС" www.fors.ua e-mail: office@fors.ua 02125, Україна, м. Київ, вул. Іл. Залозницька, 13-а т/ф +38 (044) 200-0000 /04470404/ 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) 385-8820/85 м.Сімферополь: т/ф +38 (0952) 867-888	Дво- та чотирихвісткові 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 €

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
Мотор-тестер «Стелс»	1,500 грн.	(057) 759-63-67	4
Регулир. света фар универс. для л/а и г/а, Италия		(044) 467-60-70	6
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	6
Стенды проверки работоспособности свечей зажигания, Украина		(044) 467-60-70	6

КОМПРЕССОРЫ

100 л, пр-ть 335, 10 атм., мощ. – 2,2, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	6
100 л, пр-ть 850, 10 атм., мощ. – 5,5, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	6
200 л, пр-ть 550, 10 атм., мощ. – 4,0, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	6
270 л, пр-ть 850, 10 атм., мощ. – 5,5, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	6
50 л, пр-ть 335, 10 атм., мощ. – 2,2, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	6
50 л, пр-ть 510, 10 атм., мощ. – 3, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	6
500 л, пр-ть 1100, 10 атм., мощ. – 4+4, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	6
500 л, пр-ть 850, 10 атм., мощ. – 5,5, Ит.-Беларусь	(044) 467-60-70	6
Компрессоры поршневые, винтовые	от 200 euro (044) 592-27-33	9

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЗАМЕНЫ МАСЛА

Установка д/замены масла	(044) 286-61-04	7
Установка д/замены масла, 16 л	(044) 467-60-70	6
Установка д/замены масла, 24 л	(044) 467-60-70	6
Установка д/замены масла, 60 л	(044) 467-60-70	6
Установка д/зам. масла OMA Италия в ассортименте	(0322) 99-19-53	3
Установка д/замены масла, 65 л	(044) 467-60-70	6
Установка для замены масла	от 120 euro (044) 592-27-33	9

МОЕЧНО-УБОРОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Мойки ВД, 100 атм., от 480 л/час, с подогр., Lavorwash, Итал.	(044) 467-60-70	6
Мойки ВД, 120 атм., от 480 л/час, б/подогр., Lavorwash, Итал.	(044) 467-60-70	6
Мойки ВД, 120 атм., от 600 л/час, с подогр., Lavorwash, Итал.	(044) 467-60-70	6

Наименование	Цена	Телефон	Код фирмы
Мойки ВД, 125 атм., от 690 л/час, б/подогр., Lavorwash, Итал.		(044) 467-60-70	6
Пескоструйные аппараты	400 евро	(044) 592-27-33	9
Устройство для мойки колес		(044) 592-27-33	9

СВАРОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Сварочное оборудование	от 1500 грн.	(044) 592-27-33	9
------------------------	--------------	-----------------	---

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 Ведер	(044) 223-31-17
6 Виктория-С ООО	(044) 467-60-70, 467-66-76
7 Карсистем Украина ООО	(044) 286-61-04
8 Компания ЛИК ЧП	(067) 470-22-96, (067) 832-28-77
9 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
-------------------	----------------------------------

Стапельная система Korek – свобода в действиях



Любой сервис стремится к оптимизации – будь то продуктивность работы, затраты времени и материалов, эффективность использования площадей, финансовые расходы, в том числе и на содержание помещения. Важно, что немалое значение в достижении оптимальности во всех перечисленных направлениях имеет правильный выбор рабочего оборудования. Один из обоснованных примеров такового – стапельная система Blackhawk Korek.

Стапель Korek относится к числу напольных рихтовочных систем и включает в себя такие компоненты, как рама, стойки для крепления автомобиля, векторные выпрямители и другие аксессуары для фиксации и правки.

Рама стенда монтируется в пол, благодаря чему не занимает на нем места. К тому же Korek – это модульная система. Одна рама – одно рабочее место. Дополняя модули можно получить многопостовую установку.

Благодаря наличию различного вида стоек и зажимов, на стапеле Korek можно обслуживать автомобили с несущим кузовом или рамной конструкции. Крепление стоек

к раме стапеля осуществляется с помощью клиньев, обеспечивающих жесткую и быструю их фиксацию.

Строение системы Korek позволяет получить максимально свободный доступ к автомобилю, а тянущее усилие может быть направлено вниз, вбок и в сторону, под любым углом. Для вытяжки можно использовать два типа силовых элементов – векторные выпрямители или перекатную башню (тянущее усилие – до 10 тонн). Последняя не требует предварительной сборки, перемещается на колесиках и также крепится к раме клиньями, что обеспечивает легкую и быструю ее установку. Для выправления крыши предполагается использование удлинителей.

Прибавляют гибкости в работе подкатные домкраты и два вида заглубляемых в пол подъемника – электрогидравлического или пневматического (имеется также напольная и перекатная модификации), грузоподъемностью 3 т и 2,5 т соответственно. Если на участке не предполагается выполнение рихтовочных работ, все напольные аксессуары Korek можно быстро убрать. Тогда в распоряжение мастерам предоставляется свободное помещение, в котором можно проводить другие операции по обслуживанию автомобиля.

«Беруф-Авто», официальный
импортер Blackhawk в Украине
Киевская обл.,

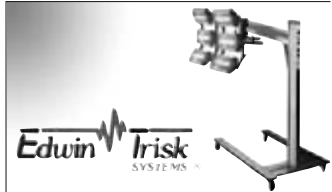
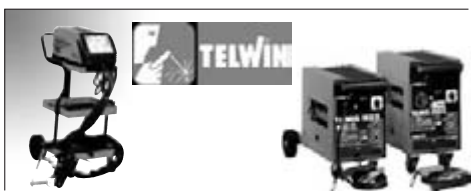
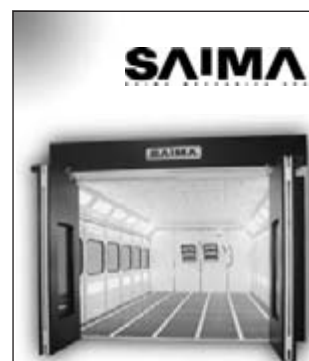
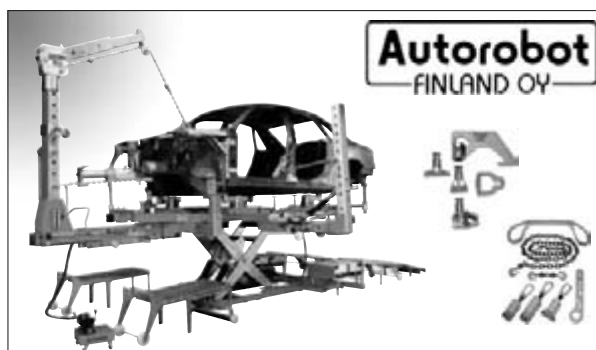
Киево-Святошинский р-н
с. Мила, ул. Комарова, 23-Б
тел.: (044) 390-11-06, тел./факс: (044) 390-11-07



Гаражное оборудование



Оборудование и инструмент для кузовного ремонта





В предыдущих номерах журнала мы рассмотрели ряд возможностей уникального программного продукта Audatex. На самом деле, мы не охватили и «сотой» доли его потенциала. Хотя цель рассказать обо всем и сразу и не преследовалась. Ведь это уже прерогатива специалистов «Аудатекс Украина», которые в любой момент готовы ответить на все вопросы и оказать профессиональную поддержку. Поэтому главной задачей серии публикаций было вызвать интерес к программе.

Audatex. Общий язык для страховщиков и ремонтников

Сегодня уже никто не сомневается в соответствии методики расчета стоимости восстановительного ремонта в ПП Audatex требованиям заводов-производителей транспортных средств. Это вызывает особое доверие как со стороны сервисных станций, так и страховых компаний и экспертов. Audatex стал языком общения всех участников урегулирования страхового события и инструментом быстрого достижения взаимопонимания.

Кроме модуля для расчета стоимости восстановительного ремонта, Audatex предлагает своим клиентам универсальную административную надстройку AudaShare, с помощью которой можно решать вопросы организации и управления вашим бизнесом. Все познается в сравнении. Сравнение – это анализ, а эффективный анализ возможен при наличии необходимого объема достоверной информации. Audatex не только создает

и аккумулирует такую информацию, но и позволяет по желанию клиента проводить различные финансово-экономические исследования, необходимые для принятия правильных решений по организации и управлению бизнесом, особенно в условиях кризиса. Все это в совокупности лежит в основе успешной бизнес-деятельности.

Из всего сказанного можно сделать вывод, что Audatex является уникальным программным продуктом, с помощью которого можно не только делать расчеты, умело управлять своим бизнесом, но и строить между партнерами долгосрочные взаимовыгодные отношения на корпоративной основе.

Сервисные станции – это оптовый производитель услуг по ремонту и обслуживанию транспортных средств, а страховые компании – это оптовый покупатель этих услуг. Сегодня, в условиях кризиса, как никогда необходимо построение взаимовыгодных партнер-

ских отношений между страховыми компаниями и сервисными станциями. Даже случайный клиент, на которого рассчитывают некоторые СТО, тоже может быть застрахован и тем самым окажется частью оптовой покупки СТО у страховщика.

В чем сегодня в условиях кризиса особенно заинтересованы два потенциальных партнера, которым, исходя из законов бизнеса и с учетом мирового опыта, друг без друга просто невозможно обойтись.

Генеральные импортеры сегодня хотят:

- иметь устойчивый рынок сбыта продаваемых транспортных средств;

- иметь надежный рынок сбыта сервисных услуг;

- иметь прозрачные и доверительные отношения с клиентами;

- строить свои отношения со страховыми компаниями на взаимовыгодных условиях и перейти от постоянных взаимных упреков и не-

доверия к политике взаимопонимания и взаимного доверия;

- сократить сроки обслуживания клиентов и повысить качество предоставляемых услуг;

- иметь постоянную работу и гарантированный доход;

- с уверенностью и оптимизмом смотреть в будущее.

Страховым компаниям необходимо:

- иметь хороший имидж у своих клиентов и партнеров;

- иметь возможность покупать качественный и недорогой сервис;

- выплачивать реальную стоимость ущерба, полученных транспортными средствами в результате аварии, ДТП или стихийного бедствия;

- строить свои отношения с сервисными станциями на взаимовыгодных условиях и перейти от постоянных взаимных упреков и недоверия к политике взаимопонимания и доверия;

- сокращать сроки и повышать качество обслуживания клиентов;

- смотреть в будущее с уверенностью и оптимизмом.

Эти пожелания разрешаются довольно просто – их необходимо четко сформулировать и объединить в один документ: «Договор о сотрудничестве между генеральным импортером и страховой компанией». Копии этого договора довести до структурных подразделений страховых компаний и в дилерскую сеть генерального импортера с требованием строить свои отношения в строгом соответствии с действующим рамочным договором и неукоснительно выполнять достигнутые договоренности.

Формирование отношений между страховщиками и автомобильным сервисом необходимо начинать с головных офисов, потому что именно генеральные импортеры и руководство страховых компаний, как никто другой, заинтересованы в долгосрочном и взаимовыгодном сотрудничестве. Подписание таких договоров исключают возможность всякого рода фальсификаций и злоупотреблений на местах. Их наличие также значительно укрепит авторитет и повысит уровень доверия к генеральному импортеру и страховой компании в регионах. В этом договоре можно урегулировать спорные

вопросы, касающиеся кузовных работ, упорядочить процесс взаимодействия между структурными подразделениями, навести порядок в оплате некоторых видов работ, по которым возникают спорные ситуации (оплата калькуляций, мойка машины и т.д.).

Это в корне поменяет работу автомобильных экспертов, которые уже не смогут делать договорные оценки ущерба, и заставит их заниматься профессиональной экспертной деятельностью, а не оценкой стоимости замены узлов и агрегатов, что с помощью Audatex специалисты сервисных станций сделают не хуже, а аварийные комиссары страховщиков перепроверят на том же Audatex.

Наличие такого договора заставит дилерские сервисные станции работать честно и прозрачно. Они не смогут дискредитировать генерального импортера, нарушая условия дилерского договора, завышая установленные им розничные цены на запасные части и агрегаты, покупать «левые» запчасти, а реализовывать как оригинальные и тем самым наносить экономический ущерб импортеру.

В лице страховых компаний и экспертов генеральные импортеры получают целую систему надзора за работой дилерских сервисных станций и соблюдение ими дилерских соглашений.

Наличие хорошо организованного и сбалансированного сотрудничества между двумя основными игроками на рынке Украины заставит подчиниться этим правилам и другим участников рынка, или они поте-

ряют свою клиентуру. Умный менеджер старается «прикормить» своего клиента еще на этапе прохождения им гарантийного обслуживания, высоким качеством услуг и гибкой ценовой политикой.

По инициативе ООО «Аудатекс Украина» разработан образец корпоративного договора, который разослан всем заинтересованным сторонам с просьбой, изучить и внести в него свои предложения и дополнения, что позволит подготовить максимально приемлемый вариант договора. Хотя в компаниях понимают, что в каждом конкретном случае будут учитываться какие-то особенности в тексте договора, и это нормальная практика.

Хорошие деловые отношения почти со всеми генеральными импортерами в Украине и то, что пользователями программного продукта Audatex являются 56 страховых компаний, позволяет «Аудатекс Украина» выступать в качестве посредника в организации и проведения встреч между руководством генеральных импортеров и страховых компаний.

По обоюдному согласию основных подписантов (генеральный импортер, страховая компания), ООО «Аудатекс Украина» готово выступить третьим подписантом корпоративного договора в качестве гаранта прозрачности этих отношений и полноправного участника в реализации этой перспективной и долгосрочной программы.

Только объединив усилия и создав высокоэффективную систему обслуживания владельцев транспортных средств с момента покупки автомобиля до момента его полного износа и утилизации, можно с полной уверенностью говорить о действительном управлении бизнесом.

Специалисты ООО «Аудатекс Украина» готовы не только рассказать и показать, как с помощью программного продукта Audatex можно успешно решать ваши проблемы, но и ответить на любые интересующие вопросы.

Audatex Ukraine

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

тел.: (044) 496-46-86,

тел./факс: (044) 496-46-87

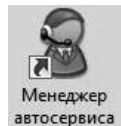
www.audatex.ua, axua@audatex.ua



Менеджер автосервиса

Компания «Энергософт Консалтинг» представляет современное решение нового поколения для управления бизнес-процессами автосервисного предприятия.

• Компьютерная программа «Менеджер автосервиса»



(Свидетельство о регистрации авторского права №25455 от 22.08.2008) предназначена для оптимального планирования и контроля использования ресурсов автосервисного предприятия (СТО). Программа позволяет выполнять предварительную запись клиентов на техническое обслуживание (ТО) и ремонт автомобилей, планировать загрузку постов и участков ремзоны СТО, оформлять заказ-наряды, резервировать ресурсы под конкретный заказ-наряд, формировать заказы на запчасти «под клиента» и на пополнение склада, контролировать процессы ремонта автомобилей и состояние склада запчастей, оформлять оплату товаров и услуг, контролировать взаиморасчеты с клиентами и поставщиками, учитывать выработку механиков для начисления заработной платы, осуществлять мониторинг работы СТО в режиме реального времени (сегодня на сегодня), получать информацию об эффективности работы СТО и прибыльности бизнеса. Реализована поддержка различных марок и моделей автомобилей.



• Рабочим столом мастера-приемщика является интерактивная **Доска диспозиции заказов СТО**, предназначенная для регистрации предварительной записи клиентов на ТО, планирования загрузки постов ремзоны (РЗ) и контроля за выполнением заказ-нарядов (ЗН).



Для быстрого реагирования на звонки (заявки) клиентов и регистрацию заказов используются шаблоны типовых работ и справочная панель для быстрого поиска информации о клиентах по названию, ФИО, телефону; об автомобилях по VIN и гос.№: о работах по виду и названию работ; о запчастях по каталожному номеру и названию, об их цене и наличии на складе, запчастях-заменах. Обеспечивается быстрый доступ к истории обслуживания автомобиля клиента и переход к созданию ЗН. Настройки текущего вида рабочего стола: день, неделя, месяц, год; время работы СТО, перечень постов и участков, шаблоны типовых работ

• **Управление заказ-нарядами.** Электронный формуляр ЗН содержит разделы: Реестр ЗН. Цветом возможно индивидуально отмечать разные ЗН, например,

проблемные, важные, срочные; Параметры (шапка) ЗН с указанием: типа ЗН (предварительный, текущий, рекламация, мойка, шиномонтаж, и др.); данных о клиенте (владельце) и его автомобиле (гос.№, VIN), обязательными



параметрами являются контактный телефон и пробег; Счет-фактура с указанием плательщика, формы оплаты (наличная, безналичная, смешанная), валюты оплаты (с/без НДС), № договора (для юридических лиц), параметров дисконтной карточки (возможно применение считывателя магнитных карточек или сканера штрих-кода); Работы по ЗН (выбираются из справочника работ), для каждой из которых можно устанавливать скидки/надбавки, делать отметки о выполнении; Распределение работ по ЗН между механиками с указанием долевого участия каждого из них в выполняемой работе; Список запчастей по ЗН (выбираются из инвентаризационной ведомости), для каждой из которых можно устанавливать скидки/надбавки, получать информацию о себестоимости запчасти, контролировать маржу от продажи; Запчасти клиента и рекомендованные работы. Реализована возможность учета перекупных услуг. Предусмотрена технология распознавания, учета, регистрации и оплаты повторных ремонтов.

Контроль выполнения ЗН выполняется по таким событиям как дата и время открытия и закрытия ЗН, отметка склада о выдаче запчастей в РЗ, отметка РЗ о том, что работы выполнены и бухгалтера-кассира о получении оплаты.

Управление складом. Ведение карточек складского учета, с указанием адресов хранения (полка, ячейка), необходимого и минимального количества товара. Быстрый поиск информации о запчастях и их заменах. Автоматическое формирование инвентаризационной ведомости на любую дату. Оформление прихода и расхода запчастей, возвратов товара поставщикам и от клиентов, внутреннего перемещения товаров со склада на склад или в магазин и обратно, резервирование товаров под заказ. Формирование реестров всех видов документов за выбранный период времени. Обновление прайс-листов. Применение штрих-кодовой технологии обработки данных о товарах. Автоматическое создание приходной накладной с помощью импорта файла расходной накладной поставщика. Импорт данных о состоянии склада поставщиков на начало текущего дня.

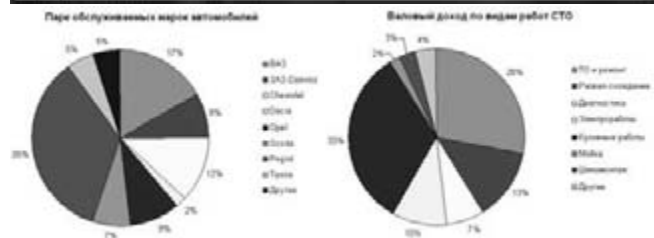


Списание товаров со склада по идентификационному методу. Автоматическое формирование заказов на пополнение склада. Ведение справочника поставщиков запчастей и их прайсов. Ведение нескольких складов. Отчет о реализации запчастей с указанием маржи. Наличие товара на складах и стоимостная оценка склада на текущую и любую прошлую даты. ABC-анализ. Отчет о неликвидах («висяках»).

• **Управление оплатой.** Регистрация и оформление оплаты, печать документов. Разнесение платежей по документам (заказ-наряду, приходным и расходным накладным и др. документам). Закрывание ЗН и расходных накладных после их оплаты. Ведение касс, расчетных счетов физических и юридических лиц. Контроль взаиморасчетов с клиентами и поставщиками. Отчет о дебиторах-кредиторах. Акт сверки. Ведение справочника курсов валют. Импорт банковских выписок с автоматическим распределением платежей по счетам-фактурам.

• **Учет выработки и начисление зарплаты.** Автоматический учет выработки механиков в режиме реального времени. Формируется отчет о выработке механика с указанием списка выполненных работ по ЗН за выбранный период времени и ведомость начисления зарплаты.

• **Отчеты.** Формируются следующие виды отчетов: о выполнении заказ-нарядов; о выполненных работах; о реализации запчастей; о поступлении запчастей на склады; о движении денежных средств; об оплате товаров и услуг клиентами; о работе постов, механиков, использовании оборудования и другие показатели работы СТО. Отчеты формируются посредством мониторинга деятельности СТО за любой период времени и с помощью фильтрации в режиме реального времени (сегодня на сегодня).



• **Документы.** Автоматически формируются следующие виды документов: заказ-наряд, счет, счет-фактура, акт выполненных работ, акт приема-передачи автомобиля, бланки диагностической карты и анкеты клиента, заказ на поставку запчастей, приходные и расходные накладные, талоны на мойку и шиномонтаж, гарантийный талон и другие. Шаблоны документов подготовлены с учетом требований украинского законодательства. На документах печатается логотип СТО, реквизиты предприятия и штрих-код документа, позволяющий быстро найти его в базе данных.

• **Настройки.** Возможность одновременно вести несколько предприятий (ООО, СПД, ЧП и т.д.). Для каждого предприятия используются свои шаблоны документов. Настройка методов ценообразования при продаже запчастей: прайсовый, от цены закупки с учетом торговой наценки, комбинированный. Настройка методов ценообразования на работы – прайсовый, по нормам времени и нормочасу; Настройка методов начисления зарплаты: сдельная (от выработанных часов, категории рабочего) и повременная. Все справочники открыты для пользователя и могут дополняться и редактироваться с учетом действующих бизнес-процессов и организационной структуры СТО. Возможность ведения мультивалютного учета.

The screenshot shows a software window with a menu bar (Файл, Редактирование, Вид, Настройка, Помощь) and a toolbar. Below is a table with columns for Name, Description, and Price. The table contains data for various services, including 'Масло', 'Фильтр', 'Свечи', etc.

• **Управление доступом.** Функция администрирования позволяет настраивать права доступа пользователей к информации и функциям программы. Мониторинг действий пользователей обеспечивается логированием изменений с фиксацией даты и времени. Сетевая версия программы позволяет создавать информационную систему, состоящую из автоматизированных рабочих мест (мастер-приемщик, кладовщик, бухгалтер-кассир, начальник СТО и другие) специалистов. Все пользователи работают в едином информационном пространстве. Подготовлен ЗН – кладовщик уже видит, какие запчасти необходимо подобрать, и печатает лист подбора, ЗН закрыт мастером ремзоны – кассир уже ждет клиента (готов автомобиль – готов счет). Руководитель в любой момент может получить информацию о текущем положении дел на СТО.

• **Интеграция с другими программами.** Возможность интеграции с электронными каталогами запчастей, справочниками норм времени на работы, бухгалтерскими программами (1С-бухгалтерия) средствами импорта-экспорта данных.

• **Интеграция с оборудованием.** Реализована интеграция с фискальными регистраторами (Мария-МТМ301, ИКС -Е260Т), сканерами штрих-кода, считывателем магнитных карт и принтером для печати этикеток с выводом штрих-кода (Zebra LP2824).

• **Дополнительные функции.** CRM-технология работы с клиентами, с автоматической рассылкой SMS/E-mail сообщений; ABC-анализ спроса на товары, услуги и ABC анализ клиентской базы данных; Аналитические OLAP-отчеты; АРМ автосалона.

ENERGOSOFT
INFORMATION TECHNOLOGIES

ООО «ЭнергоСофт Консалтинг»

г. Киев, ул. Красноткацкая, 59
тел./факс (044) 502-88-02, (067) 505-87-21
e-mail: mastersto@gmail.com, www.esoft-auto.com

Будем жить?



С окончанием кризиса станций техобслуживания в Украине меньше не станет, но вот их состав и специализация могут измениться

Полгода назад, в октябре, у многих еще была надежда, что кризис отразится на продажах автомобилей, но не затронет сегмент авторемонта. Замораживание кредитов не позволит людям купить новые автомобили, а значит, они будут вынуждены ремонтировать старые. Скорее всего, так бы оно и случилось, если бы кризис ограничился банковским сектором и не произошло тотальное снижение уровня доходов населения, особенно в регионах.

Опыт экстерном

Состояние «пациента» тяжелое, но стабильное – так можно охарактеризовать ситуацию в авторемонтном бизнесе в целом по стране. Однако подобное определение сродни средней температуре по больнице: цифра верная, но абсолютно бесполезная. Пока одни сражаются за прибыль, другие пытаются просто выжить. И если речь идет в целом о судьбе украинского автосервиса – конечно, он будет развиваться. Обеспеченность автотарка мощностями автосервиса

к.т.н. доцент НТУ Олег Марков оценивает примерно на уровне 60%, хотя, кто может его оценить, если никому не известно наверняка, сколько станций технического обслуживания в Украине и какова их мощность? «Понятно только одно, – говорит он, – если в течение 2008 года продано 623 тыс. автомобилей, то для их обслуживания по градостроительным нормам нужно 3115 постов или 520-580 СТО. Если за последние четыре года парк автомобилей увеличился на 1,8 млн. единиц, то для его обслуживания требуется 9 тыс. постов или 1800-2000 СТО. Но никто такие мощности не создавал и еще долго создавать не будет».

И вот, наконец-то случилось то, что так долго предвещали эксперты: рынок продавца сменился рынком покупателя, а конкурентная среда ужесточилась. Более того: недостающие мощности автосервиса временно перешли в разряд избыточных за счет отказа многих автовладельцев от ремонта и обслуживания своих транспортных средств. К сожалению, в отличие от Европы

или Америки, нам не дано прийти к качественному автосервису эволюционным путем. Наступило время жесткого естественного отбора, победители которого получают право посоревноваться за долгую и успешную жизнь на рынке. Вопрос лишь в том, кто будет среди этих счастливиц?

Группы риска

Существует мнение о том, что в настоящий момент на первое место выходит организация работы с клиентурой и отношение к качеству работы. Если раньше при наличии записи на две недели вперед руководителя сервиса не волновало, вернется ли к нему клиент в следующий раз, то сейчас их фирмы испытывают немалые трудности.

В то же время общение с представителями свободных СТО преподносит примеры, которые доказывают, что существуют и иные, не менее важные факторы. Некоторые станции, известные посредственным качеством работы, оказываются в лучшем положении, чем их более усердные коллеги. Одно из немаловажных различий – регион и размер населенного пункта. Чем дальше от столицы и чем больше в регионе сконцентрировано пострадавших от кризиса отраслей, тем однозначно сильнее отразится экономическая ситуация в стране на положении отдельно взятого бизнеса.

По словам Владимира, владельца станции техобслуживания в г. Доброполье Донецкой области, кризис снизил доходность его бизнеса примерно на 70%. Шахтеры откладывают ремонт автомобилей, потому в числе клиентов остались лишь магазины, ларьки и мелкие фирмы. Услуги, рассчитанные на владельцев новых автомобилей сейчас в принципе не актуальны, а капитальный ремонт двигателя или ходовой части востребован по минимуму.

Помимо региональных особенностей, этот пример выделяет такой фактор риска, как наличие или

Почему автодилеры не спешили уделять внимание сервису?

Олег Марков, к.т.н., доцент НТУ:

- Создание СТО требует инвестиций и кредитования; а эти вопросы не решаются в короткое время.
- Предпроектное согласование, выделение земельного участка, разработка и согласование проекта занимают полтора-два года.
- Строительство или создание СТО требует отвлечения средств и персонала, что не всегда выгодно и возможно.
- Продажа автомобилей рентабельнее, чем автосервис, поэтому, с точки зрения эффективности бизнеса, выгодней развивать продажи, а не сервис.
- Если автосервиса мало, возрастает нагрузка на единицу мощности, а следовательно, повышается уровень ее загрузки и эффективность использования.
- В условиях дефицита мощностей возникает ситуация избытка клиентов, и потеря некоторой их части не сказывается отрицательно на загрузке СТО.
- При избытке спроса можно оказывать только выгодные услуги (например, регламентные ТО) и не утруждать себя трудозатратными и менее рентабельными.
- При избытке клиентов можно уделять меньше внимания организации производства, так как потери в этой области компенсируются за счет прибыльных видов услуг и приписок при выполнении регламентных ТО.

отсутствие у сервиса заключенных договоров на корпоративное обслуживание, позволяющих удержать минимально необходимый для выживания уровень оборота, даже с учетом неизбежных клиентских задолженностей. И чем крупнее СТО, тем больше у нее было шансов в свое время обзавестись корпоративными клиентами.

С другой стороны, дилерские станции, представляющие именно крупный бизнес, имеют свою «ахиллесову пятю». В период снижения продаж автомобилей в десятки раз перед ними остро встал вопрос глобальной переориентации своей деятельности. Директор департамента маркетинга и рекламы компании «Торговый дом «НИКО» Ярослав Вовк, к «первой группе риска» относит сервисы «молодых» брендов, которые не наработали большого парка автомобилей и лишь недавно ввели в эксплуатацию излишние площади с расчетом на значительный рост рынка, который наблюдался в последние годы. Во «второй группе», по его мнению, – сервис премиум-брендов, который практически не выходит на уровень самокупаемости и имеет сильную зависимость от уровня продаж автомобилей. Директор автоцентра «Атлант-М Алексеевка» Александр Дмитерчук утверждает, что если сейчас автоцентры еще могут удерживать клиентов различными акциями, то уже через несколько месяцев этот путь может оказаться тупиковым: «В 2008 году автоцентр продавал около 100 автомобилей в месяц, а сейчас – 10-20. Соответственно, при наступлении очередного ТО

уже завтра на фирменный сервис могут вернуться только эти клиенты, и они не окупят его содержание», рассуждает он. По крайней мере, по этой методике автодилеры работали до сих пор.

Мастер Автомобильного Дома Украина Александр Семакин подтверждает, что падение объемов продаж на дилерских СТО в некоторых случаях достигает 50%. Ожидание и запись сократились буквально на глазах и сдать автомобиль в ремонт уже можно день в день, максимум – на следующий.

Отчетливо проявилась и тенденция губительности узкой специализации для любых типов станций. Если еще год назад шли активные дискуссии о том, способен ли механик разобраться во всех марках автомобилей, то сегодня даже в городах-миллионниках многие специализированные автосервисы вынуждены брать за любую работу на любом заехавшем к ним автомобиле. Недостаток знаний и инструмента им приходится восполнять буквально на ходу.

Наконец, отдельную группу риска составляют арендаторы и заемщики – то есть фирмы, имеющие зависимость от иных факторов, помимо конъюнктуры рынка. Такое опасение подтверждает пример небольшой станции в г. Мукачево Закарпатской области, владелец которой год назад на кредитные деньги построил новое помещение сервиса. Летом дохода, приносимого станцией и автомагазином, хватало как раз на текущие затраты, закупку товара и выплату месячного взноса по кредитам (4 тыс. долларов), но сейчас наступили тяжелые времена. «Наши основные клиенты – владельцы микроавтобусов. Однако если раньше они возили товар раз в одну-две недели, то сейчас – раз в месяц, – рассказывает владелец СТО Александр. – Уменьшается пробег, снижается частота обслуживания и ремонта. Многие отказываются от дорогостоящих капитальных работ, довольствуясь временными мерами. Раньше заезжали даже по мелочам, а сегодня, экономя на сервисе, наши клиенты



самостоятельно меняют масло».

Естественно, в ситуации Александра основным фактором риска являются кредиты. Только с одним из двух банков-кредиторов ему удалось договориться о реструктуризации долга, но доход от работы автоцентра в последние недели не обеспечивает выплату даже этих сумм. Как временная мера – в планах продажа квартиры, но и этот шаг кардинально вопрос не решит, поэтому на лучшее он уже не надеется, говорит: «Будет так же тяжело, но мы привыкнем».

Универсальный солдат

Несмотря на возможный пессимизм, стоит отметить, что среднего размера универсальная станция имеет все шансы пройти период кризиса с малыми потерями. Дополнительный бонус – расположение в столице или областном центре и членство в одной из брендованных сетей. В этом случае падение объема предоставляемых услуг, по данным опрошенных владельцев и руководителей СТО, колеблется в пределах 10-50%. Так, имея в активе известную марку, рекламную поддержку и западные технологии директор станции Bosch Car Service в Белой Церкви Евгений Шкорубский даже не сомневается в шансах на выживание своего предприятия и делает ставку на максимально бережное отношение к клиенту: «Нужно понимать, что приоритеты клиентов изменились. Все стараются максимально эффективно использовать лимитированный бюджет, выделенный на ремонт автотранспорта. А значит, основной метод выживания в этой ситуации – бороться за каждого клиента, будто именно он для нас является основным источником дохода. Ведь на самом деле так оно и есть». Параллельно Bosch Car Service идет по пути снижения текущих затрат для закупки недостающего оборудования. Все это, по



мнению Евгения Шкорубского, даст шанс привлечь новых клиентов, что, в свою очередь, уничтожит слабых конкурентов и усилит позиции компании на рынке.

Еще один успешный пример – киевская СТО сети «AD Автосервис», которая на сегодняшний день работает с потерями всего 10-20%. Успех этого автотехцентра во многом обусловлен предыдущей многолетней работой на рынке, и в планах компании «AD Украина» уже в этом году – включение в ряды «AD Автосервис» новых СТО по всей Украине. Будущее, по менеджера развития сети «AD Автосервис» группы компаний «AD Украина» Александра Смирнова, именно за такими универсальными сервисами с полным набором услуг и отлаженными бизнес-процессами: «Сервиса в стране все равно не хватает, но даже при этом мелкие СТО со временем будут закрываться. Их место займут универсальные комплексы способные провести все необходимые работы, предложить лояльные условия, применить нестандартные маркетинговые ходы и

обеспечить приемлемый уровень сервиса», – полагает Александр.

Его слова подтверждаются опытом другого крупного дистрибьютора запасных частей – компании «Валми Автомотив». Развернув в Украине и Молдове сеть СТО под брендом AUTOFIT, в ноябре прошлого года «Валми» открыла при своем учебном центре в Киеве действующую СТО на 4 поста – образец для подражания и наглядный пример того, как может работать концепция правильного сервиса даже в условиях кризиса. «Несмотря на неблагоприятные экономические условия, загрузка станции уже в конце февраля составила 80%. Для привлечения клиентов мы применили всего несколько стандартных маркетинговых акций: сделали рассылку СМС клиентам супермаркета запчастей «Валми Автомотив», один раз раздали визитки на ближайшем перекрестке и опубликовали информацию на нашем сайте, – рассказывает директор «Академии Валми» Игорь Пономаренко, непосредственно ответственный за работу учебного центра и СТО. – На самом деле, первыми клиентами новой станции стали друзья и знакомые наших сотрудников, которых мы убедили хотя бы раз заехать на сервис. Дальше заработало «сарафанное радио», и на сегодняшний день станция, вопреки прогнозам, уже вышла на самоокупаемость».

Основным преимуществом, поз-

Факторы риска для СТО:

- депрессивный регион
- узкая специализация (по маркам автомобилей, видам услуг, группам клиентов и т.п.)
- отсутствие корпоративных клиентов
- дополнительные финансовые обязательства (кредит, арендная плата)
- ожидание прихода клиентов вместо активного их привлечения

волившим новому, никому не известному предприятию быстро завоевать первых клиентов, по мнению Игоря Пономаренко, стало использование технологий коммуникации с клиентами при высоком уровне культуры обслуживания автомобилей. «Правильная коммуникация – вот то конкурентное преимущество, которое позволило нам за такой короткий срок найти свою условную тысячу клиентов», – говорит он. Именно такое число, полагает г-н Пономаренко, является достаточным для обеспечения 80-процентной загрузки станции на 5 постов. При этом вполне логично, что чем больше город и имеющийся в нем автопарк, тем легче найти «свою тысячу клиентов». Но в любом случае свободные сервисы с клиентоориентированным подходом, по его мнению, будут жить.

Поможет им в этом и получение права на проведение проверки технического состояния транспортных средств в рамках государственного техосмотра. «Буквально месяц назад мы получили аккредитацию на проведение государственного технического осмотра, что может быть как дополнительной услугой для наших постоянных клиентов, так и как самостоятельным видом сервиса», – говорит Евгений Шкорубский. Дело в том, что получение статуса авторизованной СТО Bosch Car Service подразумевает наличие определенного перечня диагностического оборудования, который практически полностью перекрывает требования ГАИ для получения права на проведение государственного ТО. Поэтому станции оставалось лишь докупить недостающий инструмент, провести обучение персонала, разработать алгоритм проведения, создать читаемый шаблон протокола и оформить все документы.

Эффективность вложения средств в этом случае будет зависеть от многих факторов, но главное, безусловно, – это число клиентов, которые могут воспользоваться данной услугой, полагает Эдуард Дьяченко, региональный директор по продажам автозапчастей и гаражного оборудования Bosch в Украине. «Необходимо также учитывать и то, что наличие линии инструментального контроля позволяет повысить загрузку и других постов

СТО за счет предложения услуг по устранению выявленных неисправностей, – добавляет он. – В целом, я считаю, что при условии грамотной организации всего процесса, начиная от комплектации линии и заканчивая непосредственно обслуживанием клиента, реально получить срок окупаемости 1-2 года. Мы для себя в этой связи видим целью не только продажу оборудования, но и создание у клиента эффективно работающего направления».

Можно было бы полагать, что в период кризиса оборудование стоимостью в районе 25 тыс. евро (в зависимости от комплектации) вряд ли будет пользоваться повышенным спросом, но только у одной компании «Роберт Бош Лтд» рост продаж линий инструментального контроля измеряется сотнями процентов. Возможно, в небольших населенных пунктах, где мощностей МРЭО достаточно для полного удовлетворения спроса без создания очередей, такая услуга и будет излишней, однако в иных случаях, когда имеются средства для развития, автосервис действительно получает возможность дополнить свой бизнес и стать настоящим «универсальным солдатом».

Шанс для дилера

Как сказочные персонажи должны построить дворец за ночь, так менеджеры и управляющие дилерских автоцентров нередко сейчас

получают задания выстроить новую систему работы сервиса в рекордно короткое время. Систему, которая требовала ежедневной кропотливой работы в течение последних 10 лет и которую требуется теперь создать буквально за 10 дней.

Естественно, в отличие от сказок и голливудских фильмов, в жизни чудес не бывает. Не зная ни своей доли рынка, ни потенциального объема технических работ, в которых нуждаются владельцы автомобилей своей целевой группы, ни уровня их требований к ценам и сервису, сложно говорить об эффективности принятых впопыхах мер. Пока что многие из дилерских автоцентров применяют единственно известный им метод – незначительно снижают цены под видом скидок и временных акций. Однако когда разница между стоимостью оригинальных и неоригинальных тормозных колодок на WV Touareg отличается больше чем в 4 раза (соответственно 2800 и 500 гривен), то никто не осудит владельца этого автомобиля, купленного в ноябре прошлого года и уже отказавшегося от фирменного обслуживания.

В то же время само по себе снижение цен – путь в никуда, считает Александр Дмитерчук. «Одним из важнейших инструментов дляживания автосервиса дилерских предприятий на сегодня является увеличение глубины охвата парка автомобилей, – рассказывает он. –



Самообслуживание как тип услуги

Объем продаж латвийских автосервисов значительно сократился, что вынудило некоторых из них искать нестандартные решения для привлечения клиентов. Так, компания Gros Auto, по данным mix-news.lv, планирует в ближайшем будущем взять в аренду дополнительные подъемники и инструменты, чтобы клиенты могли самостоятельно с их помощью поменять шины, масло или провести другие несложные технические работы. Источник не уточняет, как при этом будет решаться вопрос обеспечения техники безопасности и сохранность передаваемого клиентам в пользование оборудования.

Что я под этим подразумеваю? К примеру, доля обслуживания на сервисе автомобилей по годам выпуска ранее распределялась так: 1-й сегмент (1-4 года) – 80%, 2-й сегмент (5-7 лет) – 19%, 3-й сегмент (8 и более лет) – 1%. По каждой марке доли имеют разные значения. Увеличение парка первого сегмента остановилось. В этой ситуации дилеру необходимо как можно дольше удерживать клиента на сервисе, даже при его переходе в во 2-й и 3-й сегменты. И для этого необходимо применять всяческие инструменты. К примеру, у нас действует как минимум три предложений в этом направлении: скидка выходного дня, программа лояльности, предусматривающая снижение стоимости услуг и запчастей пропорционально старению автомобиля, а также разовые акции». Естественно, никакая программа лояльности не сработает при 4-кратной разнице в цене, но и снижение цен без внедрения дополнительных программ лояльности, жесткой системы контроля качества работ и реагирования на клиентские жалобы

тоже останется лишь полумерой.

В свою очередь снижение цен в условиях инфляции, роста курса валюты и повышения уровня затрат на содержание автоцентров невозможно без весомого на то основания. Директор компании «Интер Карз Украина» Сергей Овсиенко в интервью нашему журналу (autoExpert №1-2'2009) предположил, что такой статьей экономии вполне может стать закупка неоригинальных запчастей у украинских дистрибьюторов, если это прямо не запрещено дилерским контрактом. Таким образом, клиент получит абсолютно ту же самую запчасть с того же самого завода, но дешевле и без названия «оригинальная».

Активные продажи на СТО

Общие рецепты выживания в период кризиса верны для всех представителей авторемонтного бизнеса и не только для него. Но основной совет банален до невозможности: «Если вы делаете ничего, то вы и получаете ничего. Можно закрыть глаза на проблему, но она от

этого никуда не исчезнет», – утверждает автор интернет-тренинга «Скоростное повышение прибыли автосервиса» Дмитрий Дубровский. Тем не менее именно отсутствие навыков активных продаж (не говоря уже о стандартных и нестандартных маркетинговых методах) можно считать основной проблемой большинства мелких и средних станций техобслуживания. Имея в прошлом очереди желающих воспользоваться их услугами, сейчас они не могут в одночасье научиться, как Дмитрий, за ночь выпросить у 10 разных незнакомых людей по спичке, а потом найти на каждую из них покупателя. Видимо, вот это умение, переведенное на язык автосервиса благодаря собственному опыту организации работы СТО, он и продает в виде интернет-тренинга, гарантируя увеличение прибыли станции сразу после его окончания на 30% и до 100% через полгода.

Естественно, эти результаты возможны при наличии желания участника реализовать полученные рекомендации и, как с эффектом плацебо, могут целиком и полностью зависеть от толчка к действию, веры в свои силы и настойчивости в достижении цели в большей степени, чем от ценности предлагаемой автором тактики. В случае неудачи Дмитрий даже обещает вернуть заплаченные за участие в тренинге деньги, что само по себе должно отсеять последние сомнения и вселить в участников уверенность: можно попробовать, я все равно ничего не теряю.

Моральным настроем и готовностью внедрять активные продажи перечень стандартных рецептов, конечно, не ограничивается. Можно пробовать привлекать клиентов из расположенных неподалеку крупных городов, расширить перечень услуг (к примеру, мойка и шиномонтаж, по отзывам станционщиков, пострадали меньше всего), снизить затраты, реорганизовать штат, совмещая некоторые должности. А если бизнес пока не столь сильно пострадал, но у персонала высвободилась часть рабочего времени, есть смысл потратить его с пользой. Например, для повышения квалификации в учебных центрах компаний-поставщиков.

Зоя Украинская



РАДИАЛ **СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ**
НА КОМПЛЕКТ ОБОРУДОВАНИЯ
www.radial.com.ua



Сертифицированное оборудование для прохождения техосмотра согласно ДСТУ 3649-97
 Киев, пер. Балтийський, 20, т/ф.: 8 (044) 585-04-02, Львов, ул. Корольова, 10, т/ф.: 8 (032) 275-12-67

Оборудование для автосервиса
 от ведущих мировых производителей

HUNTER Engineering Company **Butler** **CEMB** **GIULIANO**



ТОВ «Автопромимпекс»
 тел.: (044) 245-77-58, (044) 494-27-43, (067) 395-71-14
 e-mail: apimpex@i.com.ua, www.autopromimpex.com

ПРЕВРАТИТЕ ОТРАБОТАННЫЕ МАСЛА
В ДЕШЕВОЕ И ЧИСТОЕ ТЕПЛО
 Энергосберегающие отопительные системы

CLEAN BURN
 ENERGY SYSTEMS



- АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ. СЕРТИФИКАТ УКРСЕПРО.
- 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

Spider GSM



Нове покоління автосигналізацій
info@spider-gsm.com; www.spider-gsm.com

Ты знаешь истинную цену



TOTAL

ООО «Техно-Групп»
г. Киев, ул. Константиновская, 68, оф. 411
тел.: (044) 537-28-06 - многоканальный
e-mail: t-g@online.ua, www.total.in.ua

SIA'09



Виставка актуальних пропозицій автомобільного ринку

27-31 травня

Україна. Київ. Міжнародний Виставковий Центр

Броварський пр-т, 15 (м. «Лівобережна»)

(26 травня - день акредитації преси)

Організатори:

Міністерство транспорту та зв'язку України

Міністерство промислової політики України

Асоціація українських автовиробників «Укравтопром»

Виставкова компанія АВТОЕКСПО



АВТОЕКСПО

Тел.: +38 (044) 351-7700/11

Факс: +38 (044) 351-7715

E-mail: office@autoexpo.ua

www.sia-motorshow.com.ua

Генеральний
інформаційний партнер

ІНТЕР



Офіційний радіо-партнер



Офіційний інтернет-партнер

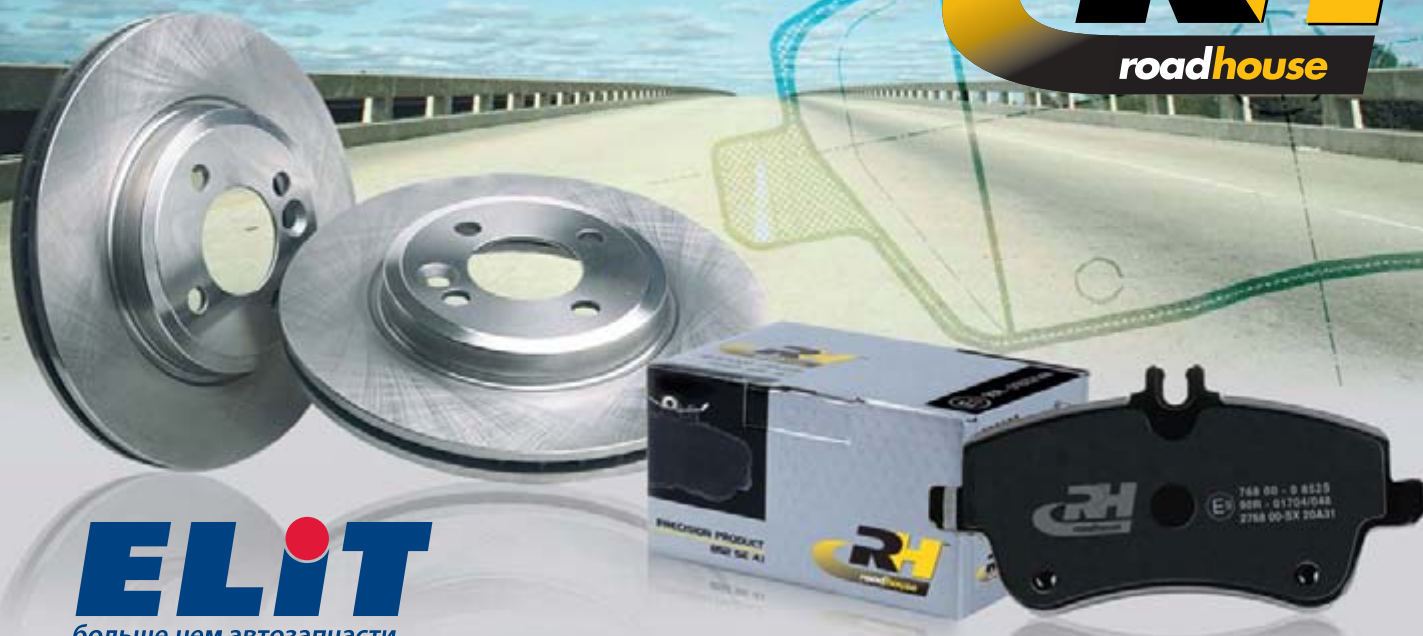
<META>
www.meta.ua

Офіційні медіа партнери:

АВТО ЦЕНТР
ВИДАВНИЦТВО

Зарулем
АВТОМОБІЛЬНИЙ ЖУРНАЛ

ЛУЧШИЙ КОМПЛЕКТ диски и колодки Road House



ELIT

больше чем автозапчасти

Эксклюзивный дистрибьютор ООО "Элит-Украина"

www.elit.ua

www.e-cat.elit.ua **e-cat**

WWW.E-CAT.ELIT.UA
подбирай и покупай!

Оригинальное качество побеждает!

VATOIL Castrol Mobil Esso SYNT X-PLUS X-SILVER X-PROTECT X-PROTECT X-PROTECT X-PROTECT X-PROTECT FTE CRC ABA	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH	GOETZE CAROL BOSCH NGK CORTECO BOSCH HC-PARTS CARGO Continental ISRA NIPPARTS SL AIRTEX AVA BOSCH
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Днепропетровск: ул. Набережная Заводская, 3, тел.: (0562) 36-10-26; Донецк: ул. Вити Коробко, 2, тел.: (062) 387-42-69; Запорожье: ул. Александра Матросова, 6, тел.: (061) 289-98-91; Киев: ул. Червонопрапорная, 135, тел.: (044) 501-35-35; Львов: ул. Угорская, 22, тел.: (0322) 45-38-30; Одесса: ул. Атамана Чепиги, 29, тел.: (0482) 34-02-84; Ужгород: ул. Украинская, 16, тел.: (0312) 61-30-02; Харьков: ул. Морозова, 20, тел.: (057) 714-91-25; Черкассы: ул. 30 лет Победы, 5/1, тел.: +38 (0472) 65-14-00

ELIT
больше чем автозапчасти



Детали двигателя для легковых и грузовых автомобилей



**Детальная информация о продукте
и контакты импортеров на сайте**

➔ www.sm-engine-parts.com.ua

Система зажигания

Технология холодного старта в дизелях

Электроника

Сенсорика

Нам доверяют автопроизводители во всем мире

Идет ли речь о системе зажигания, технологии холодного старта в дизелях, электронике или сенсорике - практически все известные автопроизводители устанавливают на свои автомобили технику BERU.

Основные клиенты BERU:

Audi, BMW, Citroën, Dacia, Daewoo, Daimler, Ferrari, Fiat, Ford, General Motors, Hyundai, Isuzu Japan, Kia, Lamborghini, Lancia, Land Rover, Nissan, Opel, Peugeot, Porsche, Renault, Saab, Šeат, Skoda, Ssang Yong, Toyota, Vauxhall, Volkswagen



Встроенное совершенство

■ ■ ■ www.beru.com.ua

1 Свечи зажигания BERU: надежное зажигание в любом режиме эксплуатации

2 Свечи накаливания BERU: для быстрого и надежного старта дизелей

3 Высоковольтные провода BERU: надежная передача высокого напряжения

4 Катушки зажигания BERU: разработаны индивидуально - для оптимального зажигания

5 Крышки распределителя зажигания BERU: надежная передача высокого напряжения



Новая хорошо забытая СТАРАЯ ЦЕНА

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. +38 062 381-18-41
+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



MOTUL

fluid force