

10 2009

autoExpert

Журнал для профессионалов автобизнеса

Рынок

Анализ тенденций
автомобильного
рынка

Масла, смазки, автохимия

Классифицируем
смазки

Реклама и PR

Интернет на
службе b2b

Автокомпоненты

Производители
автоламп



термостаты



ZOLLEX

официальный импортер

Оригинал
АВТО

тел.: +38(0552) 327500, 327501
читайте подробнее на странице 37

Подписной
индекс

90160

www.autoExpert.com.ua

GROUP AUTO UNION



Unique Trade



Юник Трейд – официальный дистрибьютор запасных частей оригинального качества

ДОСТОЙНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА!

- высокое качество товаров, а следовательно высокая надежность
- оптимальные цены
- целостный бизнес-подход, который вызывает доверие как клиентов так и поставщиков
- максимальное внимание к клиенту, гибкая система скидок, удобная форма оплаты
- современная логистика
- достаточные складские площади, обеспечивающие постоянное наличие товара
- маркетинговая и рекламная поддержка
- информационная поддержка

Свечи накалывания с продолжительным послепусковым подогревом

Более чем 97% покрытие модельного ряда европейских производителей для 2500 типов дизельных двигателей.

- Ультракороткое время прогрева уже в течение 3 секунд
- Непревзойденная работа холодного двигателя
- Плавная и тихая работа двигателя сразу после запуска
- Превосходная надежность и эффективность
- Исключительная коррозионная стойкость.



MAHLE ORIGINAL

Payen

PHILIPS

AIRTEX

GERMANY
NARVA
SPEZIALAMPEN

CHAMPION

Nissens
DELIVERING THE DIFFERENCE



Niiral

SPIDATI
see in motion

SASIC



GLYCO

FAG



Continental
CONTITECH

LUXE

GOETZE



MOOG

LUK



FERODO
THE FIRST NAME IN BRAKES

PAGID

K-Flex

KYB



ADRIAUT

FILTRON

bosal

ert

CX * machine parts

Оптовые продажи, главный офис: +38 (0512) 50-02-26 (многоканальный)
Одесский филиал – тел. +38 (048) 741-16-05, Николаевский филиал – тел. +38 (0512) 50-10-09
сайт www.utr.ua e-mail: ut@utr.ua



TEBOIL - ГАРАНТИЯ АБСОЛЮТНОГО КАЧЕСТВА

Двигатели последних поколений требуют высокоэффективных моторных масел, обладающих малыми показателями вязкости. Именно для таких двигателей финская компания Teboil разработала синтетическое масло Teboil Gold SAE 5W-40 - продукт нового поколения для легковых автомобилей и микроавтобусов последних лет выпуска. Обладая отличными вязкостно-температурными свойствами, оно гарантирует надежную смазку при высоких температурах, а благодаря хорошей прокачиваемости - легкий пуск двигателя в морозную погоду.

Если нужно качественное масло, легкий пуск и надежная защита двигателя в самых сложных эксплуатационных условиях, искомый продукт - Teboil Gold SAE 5W-40.

API SL/CF, ACEA A3/B3/B4; VW 502.00 и 505.00, BMW LL-98, GM-LL-B-025, отвечает уровню Porsche и MB 229.3.

TEBOIL

Центральный офис: Bulevardi 26
FIN-00120, Helsinki, Тел. +358 204 700 390
факс + 358 204 700 439, www.teboil.ru

Дистрибьюторы в Украине:
ЗАО «Росэкспорт», тел.: +38 (044) 496-96-90 (многокан.),
info@rosexport.com.ua,
ПИИ «ЛУКОЙЛ-Украина», 04071, г. Киев, ул. Верхний Вал, 68,
тел.: +38 (044) 593-93-12

З BILSTEIN Ви подолаєте будь-яке бездоріжжя!



Понад 50 років BILSTEIN забезпечує впевненість переможцям як на дорозі, так і на бездоріжжі. Про це свідчать не тільки численні титули в автоспорті, але й успіхи в перегонах позашляховиків «Бажа 500 та 1000». Передові автовиробники світу у своїх розробках покладаються на компетентність BILSTEIN. Тож майже для кожного автомобіля (від звичайного легковика до потужного позашляховика) BILSTEIN пропонує високоякісні амортизатори та комплекти підвіски. Завдяки технології та якості BILSTEIN і на звичайній дорозі, і в умовах бездоріжжя Ви теж відчуєте себе переможцем. **BILSTEIN – задоволення від керування автомобілем.**

www.bilstein.com.ua



SWAG – найкращий вибір

SWAG®
GERMANY



Найкраща якість

Антифриз потрібен завжди!

Всі експлуатаційні
рідини SWAG у
новому каталозі!



Антифриз SWAG
вирізняється
перевіреною та
схваленою
автовиробником
якістю. Його
використання

забезпечить
стабільність
експлуатаційних
характеристик
автомобіля в
різних кліматичних
умовах.

Змовляйте у найближчого дистриб'ютора

www.swag.net.ua
www.swag.de

PROMOTIVE

Новое Power-Trio VARTA

V значит VARTA



А VARTA ОЗНАЧАЕТ ИНДИВИДУАЛЬНУЮ МОЩНОСТЬ В КАЖДОЙ ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ.

Нет ничего менее эффективного, чем грузовой автомобиль, не перевозящий грузы. Новые батареи VARTA для грузового автотранспорта задают стандарты надёжности, долговечности и эффективности. Даже при тяжелейших нагрузках они – гарантия того, что техника будет стоять только тогда, когда это нужно. И это не чудо, а результат сосредоточения новейших технологий VARTA. Уникальная технология серебро-кальциевого сплава VARTA обеспечивает максимум мощности, прочности и экономичности в каждой области применения. Благодаря батареям VARTA для грузового и коммерческого транспорта частое и дорогое обслуживание окончательно остаются в прошлом. Именно поэтому большинство ведущих производителей выбирают VARTA для первичной комплектации.

СКРЫТАЯ ЭНЕРГИЯ. НАДЕЖНАЯ РАБОТА. И НЕ ТОЛЬКО.



VARTA

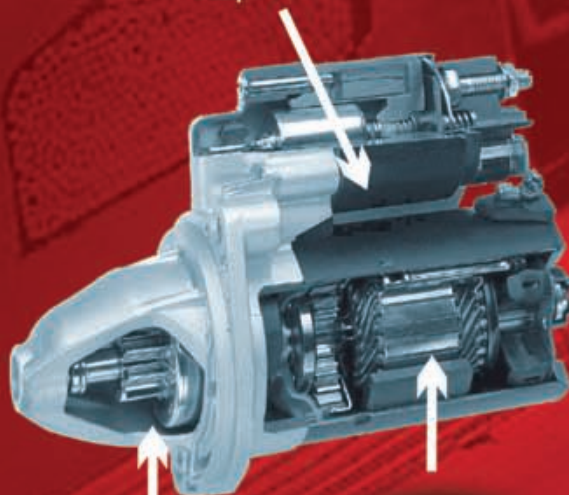
BY JOHNSON CONTROLS



Реле-регуляторы



Втягивающее реле



Диодные мосты



Бендиксы стартерные



Якоря стартерные

www.baykusoglu.com
www.bypart.com.tr

Автомобильные электрозапчасти для легкового, грузового и коммерческого транспорта, судостроительной и другой спецтехники
 Еженедельные оптовые поставки со склада в Стамбуле, под заказ



Baykusoglu
 OTOMOTIV TİCARET ve SANAYİ A.Ş.

Офис в Одессе

Представитель Компании: Alexandr Capsamun

Tel: +38096 611 91 00

Tel: +38067 482 54 54

lсq: 319688383

e-mail: a.capsamun@yahoo.com

web-catalogue: www.bypart.com.tr

General Office

SIRKESI, Nobethane Caddesi No.: 17/1-2 ISTANBUL

Tel.: +90 212 527 83 59 - 511 38 55 - 511 28 07 - 522 83 38

Fax: +90 212 514 65 09 - 527 83 59

Содержание

Рынок

- 2 Анализ и прогноз важнейших тенденций и изменений на автомобильном рынке Российской Федерации, Украины и Республики Беларусь

Автокомпоненты

- 10 Новости
12 Воздушные фильтры Wunder
13 Почему выходят из строя каталитические конвертеры
14 Выхлопная система: советы по установке
16 Светодиодные автолампы
18 Производители автоламп: кто есть кто?
21 Кустарная турбина
22 Меньше наименований – больше покрытие модельного ряда
24 10 пунктов, которые следует учитывать при выборе типа свечей накаливания
26 DENSO расширяет линейку Twin Tip

Масла, смазки, автохимия, автокосметика

- 28 Классифицируем смазки
30 Откуда в кондиционерах кислота?
32 Рынок масел: финский ракурс
34 Выбираем масла и жидкости для холодов
37 LOTOS – безграничная защита

Автосервисное оборудование

- 38 Пожизненная гарантия на инструмент: мифы и реальность
40 Эксплуатация балансировочных стенов
43 Clean Burn: отзывы клиентов

Реклама и PR

- 44 Интернет на службе b2b

10' 2009
autoExpert
для профессионалов автобизнеса

Главный редактор Александр Кельм
Выпускающий редактор Зоя Украинская
Журналисты Евгений Пашенко
Виктор Кондратенко
Дизайн и верстка Андрей Пастух

Директор по рекламе Оксана Лещенко
Ответственный секретарь
отдела рекламы Наталья Якименко
Менеджеры по рекламе Ольга Кармазина
Илья Сердюк
Марина Токарева

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

Российской Федерации, Украины и Республики Беларусь

В сентябре на автомобильных рынках России, Украины и Беларуси наблюдался небольшой рост объемов продаж. Показатели падения рынка относительно соответствующих месяцев прошлого года также незначительно улучшились (см. рис 1).

Отметим, что сентябрьский прирост нельзя полностью объяснить лишь сезонным увеличением спроса. Так, в России в 2007-2008 гг. объем продаж сентября оказывался выше августовского на 2-3%, а сейчас на 10%. В Украине и Беларуси в два предыдущих года в сентябре вообще наблюдалось падение по сравнению с августом.

Экономическая ситуация в этих странах в сентябре развивалась в русле тех тенденций, которые мы замечали и прогнозировали и в предыдущих обзорах:

- В сентябре объем реального производства во всех трех странах незначительно увеличился по сравнению с августом (с исключением сезонных факторов).

- Продолжает улучшаться показатель грузооборота транспорта, показывая определенное восстановление экономической активности.

- Показатель розничного товарооборота, напротив, стагнирует, так как реальные доходы населения еще не начали восстанавливаться.

Более пристальный взгляд на показатели российской экономики (рис. 2) показывает, что говорить об окончании кризиса пока рано. Определенное восстановление намечается в добывающих отраслях, при том, что падение в обрабатывающих отраслях по-прежнему



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

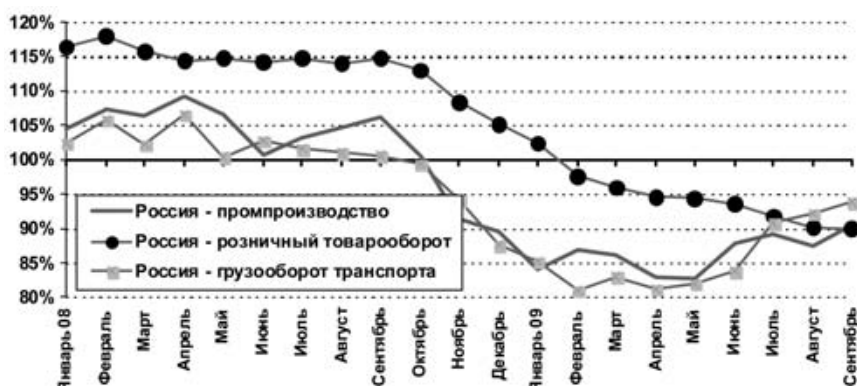


Рис. 2. Динамика промышленного производства, грузооборота транспорта и розничного товарооборота в РФ в 2008-2009 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года.

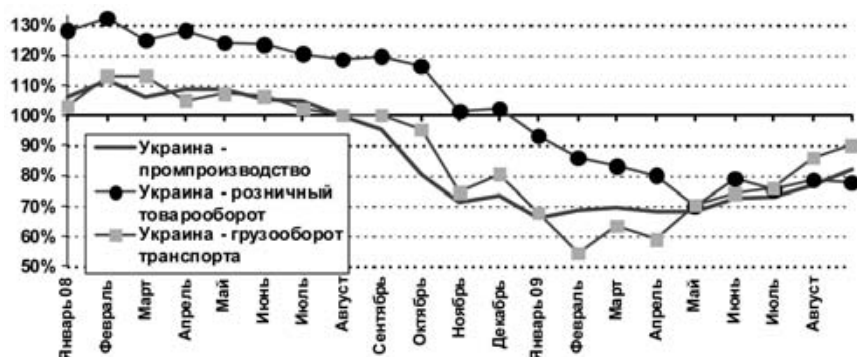


Рис. 3. Динамика промышленного производства и розничного товарооборота в Украине в 2008-2009 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года.

около 20%. Еще одна причина роста - увеличение спроса на товароматериальные запасы, которые многие производственные предприятия очень сильно сократили во время кризиса, но этот фактор не долгосрочный.

Дополнительным фактором роста является улучшение мировой конъюнктуры на многие товары российского экспорта, такие, как металлургия.

Те же факторы позволили немного улучшить показатели в Украине (рис. 3).

В Беларуси - и об этом уже можно говорить уверенно - в 2009 г. удалось избежать глубокого экономического спада (рис. 4) за счет государственных расходов и определенного стимулирования инвестиций и потребительского спроса. В условиях сильного падения экспорта и ухудшения сальдо торгового баланса основным источником финансирования такой политики стали внешние заимствования.

Основные надежды экономических властей Беларуси, на наш взгляд, заключаются в выходе в 2010 г. мировой, и, в частности, российской экономики из кризиса. Это позволит восстановиться белорусским экспортоориентированным производствам и в целом продолжать прежнюю модель развития.

Нельзя не отметить тенденции на валютных рынках трех стран, которые в октябре складывались в целом благоприятно для автомобильного рынка. Одним из важных факторов стало, в первую очередь, ослабление доллара по отношению к мировым валютам (рис. 5).

Российский рубль, привязанный к корзине доллар-евро, при этом должен был бы укрепляться к доллару и ослабевать к евро. На деле же российский рубль сильно укрепился и по отношению к корзине евро-доллар. Это, на наш взгляд, было связано с увеличением поступления экспортной выручки (рост цен на нефть, металлы и др.) и прекращением оттока капитала (рис. 6).

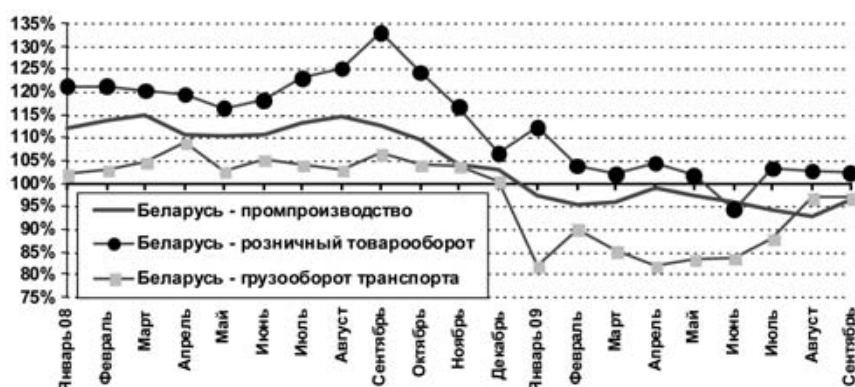


Рис. 4. Динамика важнейших показателей в Беларуси, в % к тому же периоду предыдущего года.

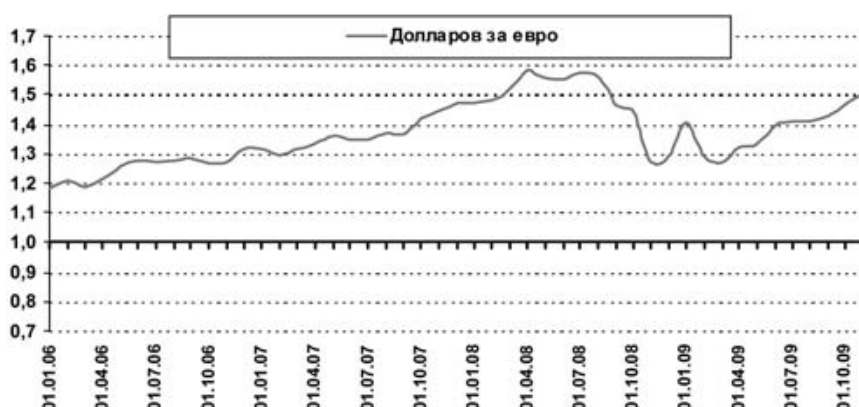


Рис. 5. Курс евро-доллар, долларов за 1 евро.

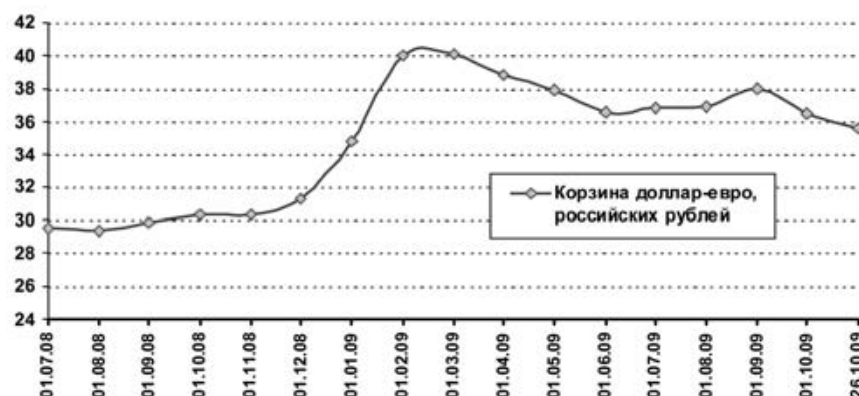


Рис. 6. Курс российского рубля к корзине привязки доллар-евро, рос. Рублей.

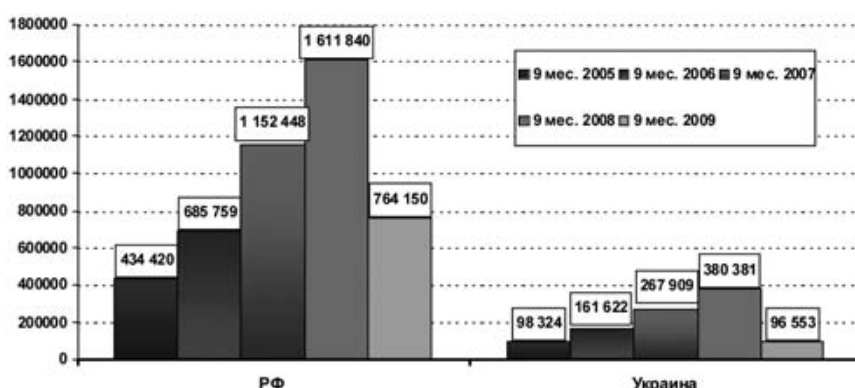


Рис. 7. Объемы продаж новых иномарок по итогам 9 месяцев 2004- 2009 гг. в РФ и Украине.

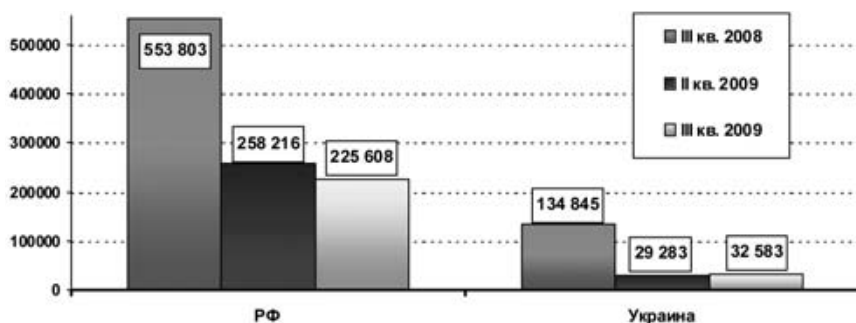


Рис. 8. Объемы продаж новых иномарок в РФ и Украине в I и II кв. 2009 г. и в II кв. 2008 г.

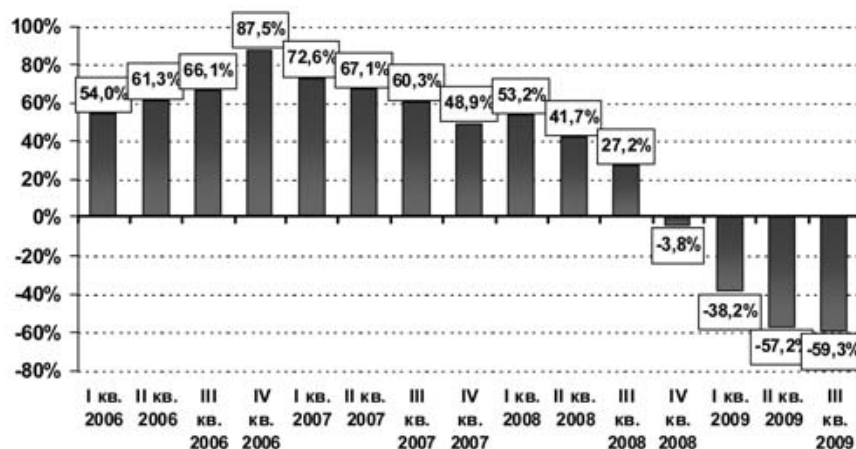


Рис. 9. Темпы прироста объемов продаж новых иномарок в РФ по отношению к соответствующему периоду предыдущего года.

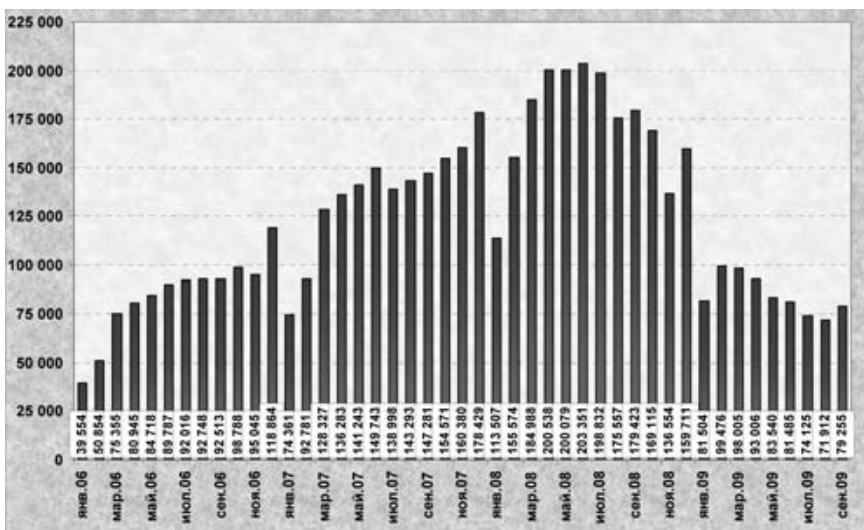


Рис. 10. Ежемесячные продажи новых автомобилей в России в 2006-2009 гг.

Как следствие того, что девальвация января-февраля 2009 года уже «отыграна назад», российская экономика может быстро вернуться к модели преимущественно сырьевого экспорта и «проедания» сырьевой ренты, обеспечивающей достаточно высокий потребительский импорт (который при сильном россий-

ском рубле становится более доступным).

Белорусский рубль оставался практически стабильным к корзине доллар-евро-российский рубль, что привело к его укреплению относительно доллара на 4,3% с начала осени.

В Украине ситуация на валютном рынке и разрыв между рыноч-

ным и официальным курсом временно нормализовались. Для ряда операторов рынка это позволит пересчитывать долларовые цены на автомобили в гривны по более низкому курсу (скажем, не 8,5 гривен за доллар, а 8 гривен), что несколько увеличит доступность автомобилей.

Основные выводы для авторынков России, Украины и Беларуси

На основании всех изложенных тенденций мы прогнозируем начало восстановления автомобильного рынка России только с весны 2010 г. По консервативном сценарию прирост рынка иномарок в 2010 г. составит всего около 20%.

В Украине перспективы восстановления экономики выглядят еще более туманными, чем в России, по причинам, о которых уже неоднократно говорилось. Вместе с тем динамика автомобильного рынка в 2010-2011 гг. может оказаться не самой плохой, и возможен его заметный прирост после 4-кратного падения в 2008 г.

Позитивный прогноз сбудется лишь при условиях:

- Политической стабилизации в Украине в 2010 г. (нормализация деятельности всех ветвей власти хотя бы через несколько месяцев после президентских выборов).
- Отсутствия ввода новых протекционистских мер в защиту отечественных автопроизводителей.
- Реструктуризации части платежей Украины по внешнему долгу, приходящихся на 2010 год (принципиально для стабильности гривны).

Прогноз экономики Беларуси на 2010 год относительно 2009 года можно рассматривать как минимум нейтральным, то есть серьезное ухудшение ситуации маловероятно (скорее возможен небольшой рост производства). В связи с этим при отсутствии законодательных потрясений автомобильный рынок Беларуси в 2010 г. мог бы сложиться примерно на уровне 2009 года.

Анализ итогов развития автомобильного рынка за 9 месяцев 2009 года

Общие итоги 9 месяцев 2009 по трем странам

Общие итоги продаж новых иномарок (включая местную сборку) в России и Украине за 9 месяцев 2009 года относительно аналогичных периодов 2005-2008 гг. (общая динамика) отражены на рис. 7.

Таким образом, за 9 месяцев 2009 года рынок новых иномарок сократился в России более чем вдвое (-52,6%), в Украине - в 3,9 раза.

Рассмотрим подробнее общие итоги продаж новых иномарок (включая местную сборку) в России и Украине отдельно в III квартале 2009 г. относительно II кв. 2009 г. и III кв. 2008г (рис. 8).

Падение автомобильного рынка новых иномарок в России в III квартале 2009 года продолжилось - продажи снизились относительно II квартала 2009 на 12,5%, и на 59,3% относительно уровня годичной давности.

В Украине можно говорить о том, что падение рынка приостановилось. По итогам III квартала относительно предыдущего имел место 11%-ый рост, при этом относительно III квартала 2008 года падение составило 75%.

Поквартальные темпы прироста в России представлены на рис. 9. На рис. 10 представлена помесячная динамика продаж.

Еще более ухудшилась ситуация на рынке Украины (рис. 11, 12).

В Беларуси по итогам 9 месяцев 2009 года падение рынка иномарок оказался весьма существенным (-33,7%), хотя и не столь сильным (рис. 13).

Некоторое оживление рынка во II квартале 2009 года сменилось 18%-ым падением в III квартале относительно предыдущего. При этом результат истекшего квартала оказался более чем вдвое ниже уровня III квартала 2008 года (-53,6%).

Что касается поквартальных темпов прироста, то в III квартале 2009 г. имело место усугубление

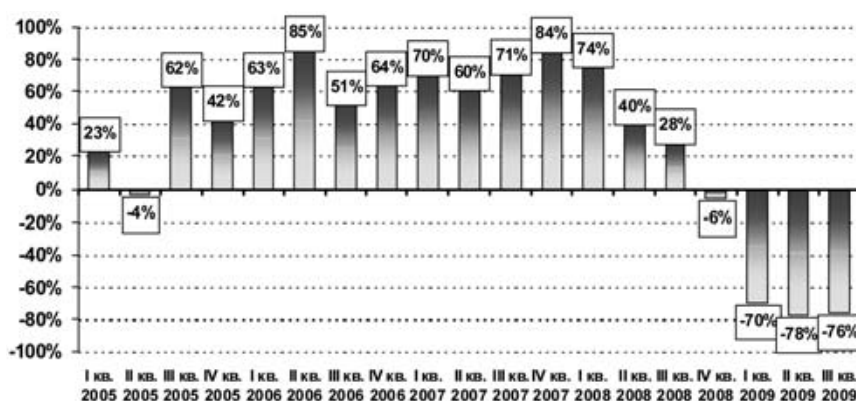


Рис. 11. Темпы прироста объемов продаж новых иномарок в Украине по отношению к соответствующему периоду предыдущего года.



Рис. 12. Ежемесячные продажи новых автомобилей в Украине в 2006-2009 гг.

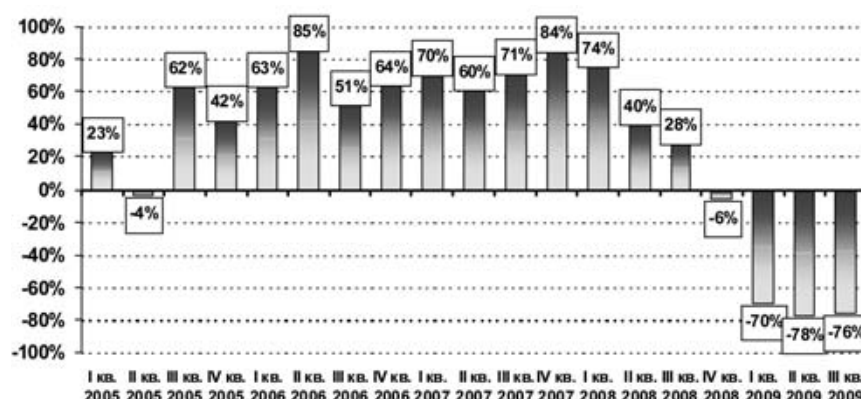


Рис. 13. Объемы продаж новых иномарок по итогам 9 месяцев 2004 - 2009 гг. в РБ.

отрицательной динамики появившееся в начале 2009 года (рис. 14).

Помесячные объемы продаж находятся сейчас на уровне конца 2006 г. - начала 2007 г.

Автомобильный рынок Украины по итогам 9 месяцев 2009 года

По итогам 9 месяцев 2009 г. ав-

томобильный рынок в Украине упал на 74,6%.

В структуре рынка по итогам 9 месяцев 2009 г. произошло преломление тенденции предыдущих нескольких лет, когда имел место рост доли новых иномарок и сокращение долей отечественных авто и импорта поддержанных иномарок.

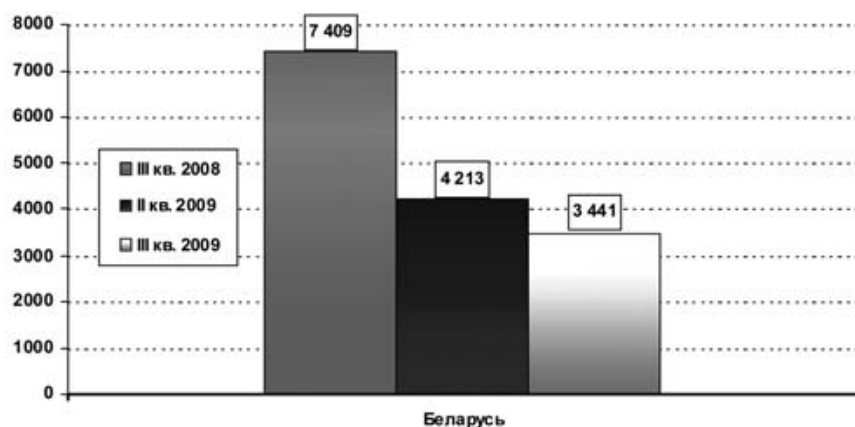


Рис. 14. Объемы продаж новых иномарок в РБ в I и II кв. 2009 г. и во II кв. 2008 г.

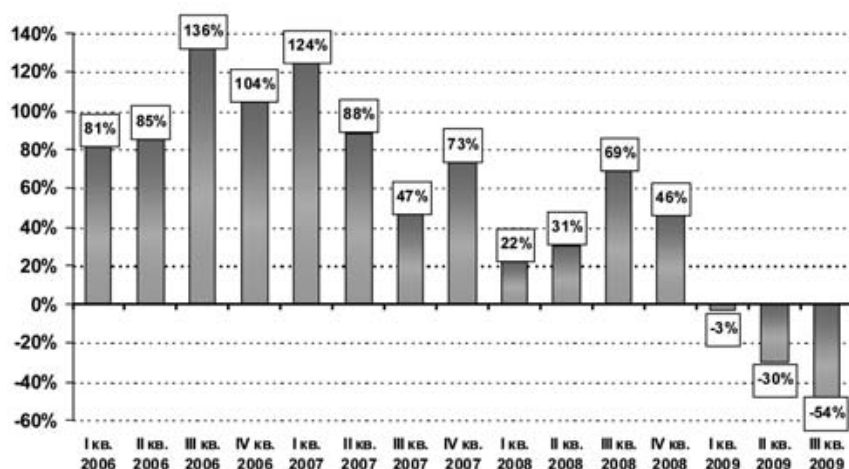


Рис. 15. Темпы прироста объемов продаж новых иномарок в РБ по отношению к соответствующему периоду предыдущего года.

Таблица 1. Продажи иномарок в Украине в 9 мес. 2009 года в сравнении с 9 мес. 2008 г.

Место - 9 мес. 2009	Место - 9 мес. 2008	Производитель	9 мес. 2009	9 мес. 2008	Прирост
1	4	Hyundai	9 896	31 734	-68,80%
2	2	Chevrolet	7 781	40 614	-80,80%
3	7	Chery	6 845	23 777	-71,20%
4	5	Toyota	6 814	25 255	-73,00%
5	9	Kia	5 581	16 043	-65,20%
6	10	Renault+Dacia	5 274	14 538	-63,70%
7	3	Mitsubishi	5 057	33 108	-84,70%
8	6	Skoda	4 980	24 291	-79,50%
9	8	Nissan	4 517	17 306	-73,90%
10	11	Volkswagen	4 381	13 858	-68,40%
11	1	Daewoo	3 896	45 747	-91,50%
12	12	Honda	3 893	12 073	-67,80%
13	15	Geely	3 631	8 521	-57,40%
14	14	Ford	3 310	8 736	-62,10%
15	16	Mazda	2 785	7 649	-63,60%
16	13	Opel	2 265	9 688	-76,60%
17	17	Suzuki	2 203	4 712	-53,20%
18	18	Subaru	1 483	4 344	-65,90%
19	22	Fiat	1 294	2 511	-48,50%
20	20	Mercedes-Benz	1 223	4 116	-70,30%

рок. Так доля новых иномарок сократилась с максимальных по итогам 2008 года 79,4% до 75,4%, при этом доля импорта поддержанных авто возросла вдвое (рис. 16).

Более половины марок украинского ТОП-20 продемонстрировали по итогам 9 месяцев 2009 года более чем трехкратное падение продаж относительно аналогичного периода 2008 года (таблица 1). У отдельных игроков продажи упали в 4-7 раз (Mitsubishi, Chevrolet, Skoda, Opel, Lexus).

Лидером под воздействием фактора местной сборки, а также неоднократных акций по снижению цен стала марка Hyundai. Несмотря на проседание в первом полугодии, результаты III квартала позволили Chevrolet удерживать за собой 2 место. Китайская Chery, благодаря существенным распродажам еще в начале 2009 года и текущим акциям и кредитным предложениям, поднялась с 7 на 3 место, с минимальным отрывом обогнав Toyota. Также существенно укрепили свои позиции в рейтинге Kia и Renault-Dacia. В оставшейся части ТОП-10 расположились марки, которые ухудшили свое положение по итогам 9 месяцев 2009 год - Mitsubishi, Skoda и Nissan, а также поднимавшаяся в рейтинге VW.

В части марок второй десятки стоит отметить, что большинство из них сократили объемы продаж более чем в 2,5 раза, исключением стали Geely, Suzuki и Fiat.

Объем продаж в премиум-сегменте также существенно снизился (-69,2%), однако не так сильно, как рынок в целом. По итогам 9 месяцев размер сегмента составил 4 949 авто против 16 044 годом ранее. Наибольшее падение продаж у Hummer (-80%) и японских Acura (-78%), Infiniti (-77%), Lexus (-75%).

Для большей наглядности на рис. 17 представлено, какие марки показали наибольший прирост и падение продаж по итогам 9 месяцев 2009 года.

Теперь проведем сопоставление завершившегося квартала со II

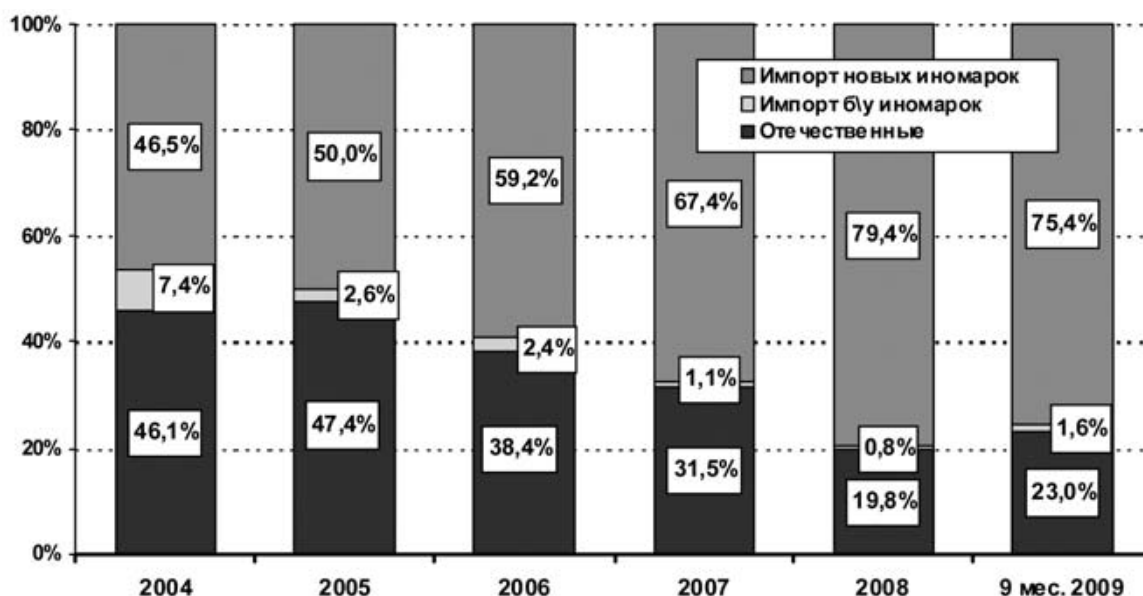


Рис. 16. Структура авторынка Украины в 2004-2009 гг.

кварталом 2009 г. и выделим новые тенденции (таблица 2):

Важнейшие тенденции распределения рынка между марками:

- По итогам III квартала по отношению ко второму 15 из 25 марок существенно увеличили свои продажи. При этом лидерство себе вернула марка Chevrolet, оттеснив Hyundai на вторую строку. Стоит при этом отметить, что если у первой марки результат квартала это скорее временный всплеск продаж, то у второй - это стабильный ежеквартальный результат на протяжении 2009 года.

- Также имело место существенное усиление активности в истекшем квартале со стороны импортеров Kia, Chery, Mitsubishi, Honda, а также (из второй десятки) Suzuki, Ssang Yong, Seat и Mazda.

- При этом поползли вниз продажи (и как следствие места в квартальном рейтинге) после окончания, либо снижения активности распродаж у Toyota, Renault-Dacia, а также марок Nissan, Volkswagen и в меньшей степени Skoda.

Десятка наиболее продаваемых автомобилей Украины за 9 месяцев 2009 года приведена в таблице 3.

Как и в России, среди лидеров - в основном недорогие автомобили классов В и С (по европейской классификации, за исключением

Hyundai Tucson), причем половина из них украинской сборки. Обращает на себя внимание вышедший в лидеры Hyundai Accent, собираемый в Черкассах. Второе место сохраняет за собой Chevrolet Aveo (также украинской сборки). На третью строку поднялся импортный конкурент указанных двух моделей Dacia Logan (с 18 сентября Dacia в Украине продается под брендом Renault). Из остальных моделей ТОП-10 отметим вошедшие в

нее Kia Cerato, а также китайские Geely CK и Chery Jaggi.

Автомобильный рынок России по итогам 9 месяцев 2009 года

За 9 месяцев 2009 года было реализовано 1,1 млн. легковых автомобилей, из них 764 тыс. иномарок. При этом протекционистские меры, предпринимаемые Правительством РФ, отразилось в росте доли отечественных марок по сравнению с уровнем 2008 года.

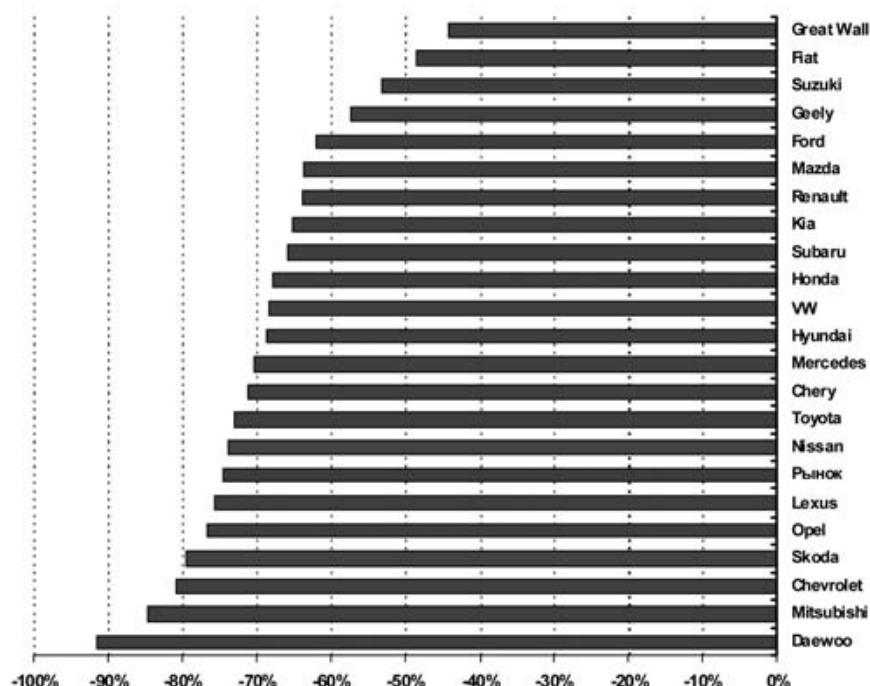


Рис. 17. Изменение объемов продаж по отдельным маркам в Украине в 2009 г.

Таблица 2. Продажи иномарок в Украине в II-III квартале 2009 г.

Место - III-2009	Место - II-2009	Производитель	III кв. 2009	II кв. 2009	Прирост
1	4	Chevrolet	3 472	1 974	75,90%
2	1	Hyundai	3 283	3 316	-1,00%
3	9	Kia	2 841	1 428	98,90%
4	8	Chery	2 675	1 595	67,70%
5	10	Mitsubishi	1 749	1 373	27,40%
6	2	Toyota	1 740	2 492	-30,20%
7	13	Honda	1 738	877	98,20%
8	5	Skoda	1 718	1 904	-9,80%
9	3	Renault+Dacia	1 685	1 998	-15,70%
10	11	Daewoo	1 446	1 231	17,50%
11	6	Nissan	1 302	1 710	-23,90%
12	7	Volkswagen	1 264	1 605	-21,20%
13	17	Suzuki	892	589	51,40%
14	14	Geely	835	751	11,20%
15	16	Mazda	795	636	25,00%
16	23	Ssang Yong	592	163	263,20%
17	12	Ford	556	1 104	-49,60%
18	22	Seat	540	285	89,50%
19	19	Fiat	493	415	18,80%
20	21	Subaru	379	304	24,70%

Таблица 3. Десятка наиболее продаваемых автомобилей Украины за 9 месяцев 2009 года.

Место - 9 мес. 2009	Место - 9 мес. 2008	Марка	Модель	9 мес. 2009	9 мес. 2008	Прирост
1	8	HYUNDAI	Accent	4 530	8 317	-45,50%
2	2	CHEVROLET	Aveo	4 233	24 899	-83,00%
3	4	DACIA	Logan	2 558	10 638	-76,00%
4	5	CHEVROLET	Nubira/Lacetti	2 390	9 613	-75,10%
5	15	KIA	Cerato	2 221	3 863	-42,50%
6	7	HYUNDAI	Tucson	2 175	8 958	-75,70%
7	1	DAEWOO	Lanos	2 134	32 673	-93,50%
8	6	SKODA	Octavia	2 026	8 973	-77,40%
9	12	GEELY	CK	2 015	5 613	-64,10%
10	20	CHERY	Jaggi	1 967	2 103	-6,50%

Также стоит отметить, что по мере опустошения складов автомобилей 2008 года выпуска доля импортируемых новых автомобилей начала снижаться (по сравнению с 2008 годом), а доля иномарок локальной сборки - восстанавливаться (рис. 18).

ТОП-25 продаж новых иномарок в России в разрезе отдельных брендов по итогам 9 месяцев 2009 года показан в таблице 4. Зеленый шрифт обозначает марки, которые улучшили свое положение в рейтинге, красный - те, которые ухудшили.

В ТОП-10 по итогам 9 месяцев 2009 года по отношению к аналогичному периоду 2008 года произошли существенные изменения.

Лидер 2008 года Hyundai ввиду снижения конкурентоспособности продукции TagAZ допустил трехкратное падение продаж и опустился на 5 место. Таким образом, первую строку рейтинга в первую очередь благодаря активности в I полугодии с минимальным отрывом пока сохраняет за собой Ford. Второе место с минимальным отставанием заняла марка Chevrolet-DAT (чему способствовали акции импортера в I полугодии и сформировавшийся в этом периоде привлекательный прайс-индекс), оттеснив Toyota на 3-е место. Замыкают ТОП-5 подымающаяся с 7 на 4 место Renault (благодаря продажам Logan) и Hyundai.

В оставшейся части ТОП-10 стоит отметить существенно улучшившие свои позиции в рейтинге марки Kia (результаты работы единого импортера) и взлетевший с 13 на 9 место Volkswagen, допустивший наименьшее снижение продаж к уровню 2008 года среди непремияльных марок (-19%), не считая Citroen. Снизившая продажи вдвое Daewoo сохранила за собой 8 строку, а Mitsubishi упала с 13 на 10 место.

Во втором эшелоне брендов также произошли значительные изменения. На 11 строку опустилась выбывшая из ТОП-10 марка Opel, автомобили которой существенно подорожали. Марки



Рис. 18. Структура авторынка России в 2004-2009 гг.

Skoda и Peugeot, продажи которых упали «лишь» на треть, улучшили свое положение в рейтинге заняв соответственно 13 и 14 места. Более чем двукратное падение продаж допустили Honda и GM-АвтоВАЗ. Продажи премиальных марок BMW и Audi упали относительно других не столь сильно благодаря низкому курсу Евро в I полугодии 2009 года и фиксации цен в рублях, а Citroen вообще показал прирост продаж на уровне 15% (эффект низкой базы).

Продажи в премиум-сегменте по итогам 9 месяцев 2009 года упали не настолько сильно, как рынок в целом («-40%» против «-52%») и составили 58 065 машин. Лидерами сегмента стали марки «премиальной немецкой тройки». На первом месте марка BMW (-16%) следом за ней с сопоставимым объемом продаж Audi (-13%), 3-ю строку занял Mercedes-Benz, который, несмотря на принятые шаги по стимулированию продаж, допустил их снижение более чем на 35%. Прежние лидеры сегмента (занимали поочередно первое место в 2008 году) Land Rover и Volvo снизили продажи более чем вдвое, и откатились на 4 и 5 места. Японские Lexus и Infiniti сработали в первых трех кварталах 2009 года по-разному. Если продажи первой упали в 2,4 раза, то второй всего на 40%. В целом же продажи указанных двух брендов более чем в 2 раза ниже продаж немецких лидеров сегмента. Американские бренды Cadillac (-9,7%) и Hummer (рост в 1,9 раза) продавались довольно успешно благодаря распродажам.

Для большей наглядности на рис. 19 представлено, какие марки ТОП-25 показали наибольший прирост и падение продаж в России по итогам 9 месяцев 2009 года относительно аналогичного периода 2008 года.

По информации Отделения стратегического развития

Международного автомобильного холдинга «Атлант-М»

Таблица 4. ТОП-25 продаж новых иномарок в России в разрезе отдельных брендов по итогам 9 месяцев 2009 г.

Место - 9 мес. 2009	Место - 9 мес. 2008	Производитель	9 мес. 2009	9 мес. 2008	Прирост
1	3	Ford	64 943	141 414	-54,10%
2	4	Chevrolet(DAT+NAV)	64 218	136 063	-52,80%
3	2	Toyota	53 637	145 388	-63,10%
4	7	Renault	53 550	83 940	-36,20%
5	1	Hyundai	52 201	159 392	-67,20%
6	5	Nissan	51 683	118 800	-56,50%
7	10	Kia	47 839	73 103	-34,60%
8	8	Daewoo	38 960	80 069	-51,30%
9	13	Volkswagen	34 930	43 581	-19,90%
10	6	Mitsubishi	33 024	89 462	-63,10%
11	9	Opel	29 629	78 051	-62,00%
12	12	Mazda	26 260	60 125	-56,30%
13	15	Skoda	25 345	36 898	-31,30%
14	16	Peugeot	23 704	34 866	-32,00%
15	11	Honda	19 245	60 440	-68,20%
16	14	GM-АвтоВАЗ	17 246	39 735	-56,60%
17	17	Suzuki	16 322	30 103	-45,80%
18	18	Fiat	12 802	22 808	-43,90%
19	22	BMW	11 782	14 009	-15,90%
20	23	Audi	11 464	13 220	-13,30%
21	24	Citroen	9 833	8 536	15,20%
22	21	Mercedes-Benz	9 458	14 916	-36,60%
23	19	Subaru	6 878	16 408	-58,10%
24	20	Land Rover	6 794	16 045	-57,70%
25	25	Geely	6 596	-	-

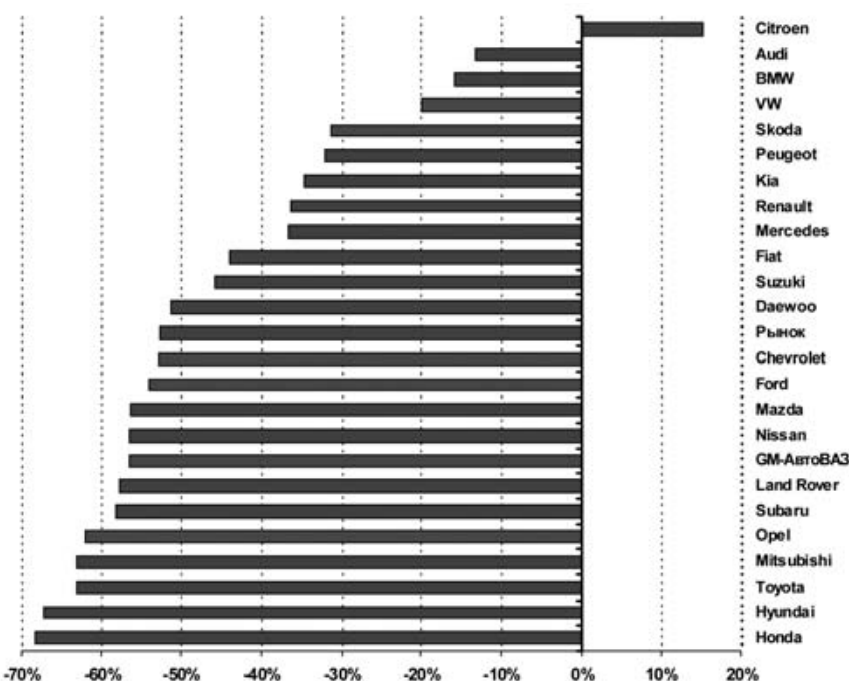


Рис. 19. Изменение объемов продаж по отдельным маркам в России в 2009 г.

Милиция поймала похитителей деталей с «АвтоВАЗа» в канализации

В Тольятти задержаны похитители деталей автомобилей с «АвтоВАЗа». Как сообщает пресс-служба областного ГУВД, схема похищения оказалась весьма оригинальной - злоумышленники переправляли украденное с завода на надувных лодках через канализацию.

Преступники были задержаны сотрудниками отдела милиции по обслуживанию «АвтоВАЗа» в ходе патрулирования территории завода. У четверых задержанных изъяты 105 мешков с автомобильными деталями и три надувные лодки. Примерная стоимость изъятых деталей - около 1 млн 200 тысяч рублей. Задержанные арестованы. Возбуждены два уголовных дела по статье «Кража», ведется расследование.

Это уже второй случай пресечения попытки кражи авто-



деталей с «АвтоВАЗа» через подземную ливневую канализацию на надувных лодках. Подобный же случай произошел в августе 2009 года. Тогда при патрулировании территории милиционеры задержали мужчину в болотных сапогах, а при дальнейшем обследовании правоохранители обнаружили надувные лодки, насосы и почти два десятка мешков с автодетальями. При этом в ходе оперативных мероприятий в августе были задержаны 9 человек, подозреваемых в причастности к хищениям.

Разбившийся в Перми автобус имел кустарные запчасти

В Перми в ходе расследования обстоятельств дорожно-транспортного происшествия с участием автобуса при обследовании транспортного средства обнаружено несоответствие техническим требованиям использовавшихся при его ремонте и эксплуатации запасных частей. Как сообщили в пресс-службе ГУВД по Пермскому краю, несмотря на то что соответствующие экспертизы пока не завершены, выявлены явные признаки использования нескольких деталей, не соответствующих техническим требованиям, в том числе деталей, изготовленных кустарным способом. В связи с обнаруженными нарушениями в эксплуатации данного транспортного средства УГИБДД по Пермскому краю в ближайшее время проведет дополнительную проверку транспорта, оказывающего услуги по перевозке граждан.

Напомним, в Перми произошло крупное ДТП с участием автобуса. По предварительной информации, у автобуса марки Daimler-Benz, произошло заклинивание педали акселератора.

Акция «Отдых со звездами ELIT»

Собирайте звезды и выигрывайте семидневные путевки для двоих в солнечный Египет и стильные iPod от Apple!

Период акции: 20.09.09 - 21.12.09. Участники акции: все заказчики компании ELIT. Продукция, участвующая в акции: весь ассортимент компании ELIT. Для участия в Акции обязательна регистрация. Первый шаг регистрации - заполнить регистрационную форму на сайте www.elit.ua или анкету регистрации, которую необходимо передать торговому представителю. Второй шаг регистрации: регистрация активируется при разовой закупке на 5000 грн. (без НДС). Как только регистрация будет активирована, участник получает сообщение на e-mail.

Как собрать звезды отеля:

90 тыс. грн. (108 тыс. грн. с НДС) за 3 месяца - соответствует отелю 3 звезды (30 тыс. грн. в месяц (36 тыс. грн. с НДС))

135 тыс. грн. (162 тыс. грн. с НДС) за 3 месяца - соответствует отелю 4 звезды (45 тыс. грн. в месяц (54 тыс. грн. с НДС))

195 тыс. грн. (234 тыс. грн. с НДС) за 3 месяца - соответствует отелю 5 звезд (65 тыс. грн. в месяц (78 тыс. грн. с НДС))

Стартовый оборот для регистрации - 5 тыс. грн. (без НДС) не учитывается в сумме общего оборота

Ежемесячный оборот призера должен составлять не менее 30 тыс. грн. (без НДС).

Призовой фонд Акции:

Отель	☆☆☆	7 путевок на 7 дней для двоих. Хургада, Египет
Отель	☆☆☆☆	6 путевок на 7 дней для двоих. Хургада, Египет
Отель	☆☆☆☆☆	5 путевок на 7 дней для двоих. Хургада, Египет



В акции также принимают участие наши ТОП поставщики: Contitech, Nipparts, Road House, NGK, Vatoil, Textar, ZF (SACHS, Lemforder, ZF parts), SCHAEFFLER AUTOMOTIVE (LUK, INA, FAG), TESLA, SWAG! Они предоставляют лучшим финалистам гарантированные путевки в 5-звездочный отель вне основного розыгрыша, а также дополнительные звезды! Для получения гарантированной путевки участнику необходимо поддерживать оборот в месяц не менее 83 тыс. грн. без НДС или 250 тыс. грн. без НДС за весь период акции.

Дополнительные звезды присуждаются за выполненный оборот 10 тыс. грн. без НДС в продукции одного из акционных поставщиков за период с 20.09.09 по 21.12.09. Это могут быть на выбор: ремни Contitech, ходовая Nipparts, колодки и диски Road House, свечи NGK, масло Vatoil, колодки Textar, сцепление SACHS, амортизаторы SACHS, ходовая Lemforder, детали рулевого управления ZF parts, сцепление LUK, ролики INA, подшипники FAG, BB провода TESLA, детали ходовой SWAG.

Для заказчиков, вышедших в финал, акция беспроигрышна. Путевки или плееры iPod (4 Gb с LCD дисплеем) получают все финалисты. Финал акции и розыгрыш призов пройдет 25 декабря в Киеве.

ELIT – новый поставщик в сеть BOSCH CAR SERVICE!

В ноябре компания «ELIT-Украина» получила статус сертифицированного поставщика в сеть «Бош Авто Сервис».

ELIT – единственная компания в Украине, которая в 2009 году достигла этого почетного звания! Реализация проекта проходила в течение 6 месяцев. Концепция проекта заключается в построении системных бизнес-отношений между оптовыми компаниями и станциями технического обслуживания.

В октябре была проведена оценка компании «ELIT-Украина» на предмет выполнения требований компании «Роберт Бош» для сертифицированных поставщиков. Эти требования включают в себя: фактическое наличие полного ассортимента продукции Bosch на центральном складе оптовой компании (по каждой продуктовой линейке установлен минимальный ассортимент, который должен быть в постоянном наличии на складе), оборот по запчастям Bosch должен составлять не менее 5% от оборота всех запчастей, продажа диагностического оборудования Bosch, наличие как минимум 1 сотрудника в службе технической поддержки для СТО, наличие как минимум 1 сотрудника, ответственного за работу с сетью Bosch Car Service, а также участие в маркетинговых программах «Роберт Бош Лтд.». Кроме того, одним из требований к Сертифицированному Поставщику является наличие на складах оптовика товаров от других производителей по товарным группам, которые не конкурируют с Bosch и которые необходимы для работы любой универсальной СТО, обслуживающей легковые автомобили (например, запчасти для ремонта ходовой, сцепления, выполнения кузовных работ).

Представительство компании Robert Bosch GmbH в Украине, компания «Роберт Бош Лтд.», на протяжении 2006-

2009 годов развивает проект «Сертифицированный поставщик в Bosch Service». Целями программы «Сертифицированный поставщик в сеть BCS» являются обеспечение запланированных объемов продаж автозапчастей Bosch и их гарантийное обслуживание, а также активное продвижение ТМ Bosch и Bosch Car Service. С помощью программы прослеживается и оценивается количество товаров Bosch, продаваемое в сеть СТО Bosch Service, и налаживаются системные отношения между профессиональными поставщиками-оптовыми компаниями и профессиональными покупателями автозапчастей - СТО Bosch Service.

С этой целью на протяжении 2009 года все три стороны приложили значительные усилия, результатом которых сегодня является 25 подписанных трехсторонних договоров между «Бош Авто Сервисами», сертифицированными поставщиками и «Роберт Бош Лтд.».



17 лет компании «АИС»

9 ноября Группа компаний «АИС» отпраздновала свой 17-й день рождения. За это время Группа стала одним из лидеров украинского автомобильного рынка. И, невзирая на сложные времена для экономики нашей страны, «АИС» продолжает идти вперед - открывает торгово-сервисные центры по всей Украине, развивает сервис, переходя к мультибрендовым СТО, и предоставляет еще больше услуг. Цель «АИС» - стать компанией с сервисом мирового уровня.

«Не стоит тешить себя иллюзиями - сегодня экономика Украины все еще пребывает в незавидном положении, кризис не дает ни на минуту о себе забыть. Однако позитивные тенденции уже наметились. И главные стимулы улучшения ситуации - стабильно работающие компании. Группа компаний «АИС», без сомнения, одна из них, - комментирует почетный президент Группы компаний «АИС» Дмитрий Святаш. - Несмотря на сложное экономическое положение в стране, мы продолжаем развиваться: даем рабочие места, строим объекты - сегодня это не просто залог нашего будущего успеха, но и рецепт скорейшего выздоровления экономики страны».

В этом году Группа компаний «АИС» открыла новые торгово-сервисные центры в Полтаве, Запорожье, Житомире, Ровно, Симферополе, Донецке, фирменные центры Audi в Харькове и SsangYong в Днепрпетровске. Главная цель «АИС» в 2009 году - достичь мирового уровня сервиса, чтоб автовладельцы приходили на фирменные СТО «АИС» с удовольствием. И компания успешно реализовывает эту



стратегию. Так, СТО «АИС» теперь мультибрендовые, т.е. обслуживают все марки автомобилей. Часть станций прошли аттестацию в ГАИ и могут проводить техосмотр автомобилей.

«Лояльность покупателей «куется» не только продажами и сервисом. Это огромный труд. И именно этому мы отдаем сегодня все свои силы, - делится генеральный директор Группы компаний «АИС» Александр Пугач. - В этом году начала работу программа лояльности для наших клиентов, мы открыли собственный контакт-центр, заключили договора с нашими кредитными партнерами - банками, готовыми кредитовать наших покупателей. Наша компания активно работает и над социальными проектами: мы принимали участие в социальных миссиях - помогали с доставкой гуманитарной помощи в Карпаты под эгидой Красного Креста, оказываем помощь детским домам. Мы слушаем и слышим своих клиентов».

История «АИС». Корни «АИС» находятся на востоке Украины. В Харькове 9 ноября 1992 года начала работу небольшая фирма по продаже автомобилей. Спустя три года компания открыла свой первый филиал в Донецке, а в 1998-м «АИС» стала одним из первых официальных дилеров концерна Audi AG в Украине. Вскоре компания получила права эксклюзивного дистрибьютора большинства российских марок, а затем и иномарок, открыла собственные финансовые компании, активно занялась поставкой и продажей запчастей. Сегодня «АИС» - один из лидеров украинского автомобильного рынка. В составе Группы компаний «АИС» более 34 крупных торгово-сервисных центров, сеть сервисных станций и магазинов запасных частей.



Воздушные фильтры Wunder

Значение, которое имеют воздушные фильтры для автомобилей, трудно переоценить, об этом знает каждый. Связано это с тем, что двигатель внутреннего сгорания всасывает воздух из окружающей среды, который трудно назвать чистым. И в этом случае надежная работа фильтра продлит срок службы двигателя.

Качественные воздушные фильтры защищают двигатель автомобиля от загрязнений, содержащихся в воздухе. Другая функция воздушного фильтра – снижение внешних шумов. Не менее важно и то, что фильтр воздуха препятствует попаданию в двигатель воды. Фильтры Wunder гарантируют надежную работу двигателя и защиту от всех внешних загрязнителей. Фильтрующая часть воздушного фильтра выглядит как гофрированный бумажный элемент, а его размер и форма зависят от особенностей конструкции автомобиля. Разработка конструкции фильтров Wunder осуществляется в тесном сотрудничестве с автопроизводителями, что обеспечивает их качественную работу на автомобиле.

Wunder Filter является ведущим производителем запчастей в Турции, на Ближнем Востоке и Балканах, а ассортимент включает масляные, топливные, воздушные, угольные салонные и салонные фильтры для автомобилей.

При производстве фильтров и фильтрующих элементов Wunder используются современные фильтровые материалы, имеющие высокую пропускную способность, механическую и термическую проч-

ность, грязеемкость. Выбор вида волокон и состава смеси фильтрованной бумаги определяется исходя из конкретного назначения и условий эксплуатации фильтров. Это является одним из важнейших факторов, позволяющих регулировать пористую структуру и физико-механические свойства фильтрованных материалов.

Фильтры Wunder очищают всасываемый воздух эффективно и надежно, что позволяет создать оптимальный состав топливно-воздушной смеси и обеспечить устойчивую работу двигателя. При использовании воздушных высококачественных фильтров и их регулярной замене расход топлива снижается на 3-4%. Фильтры отфильтровывают из всасываемого воздуха абразивные частицы, такие как пыль, цветочная пыльца, песок, сажа, а также капли воды. Обеспечивают попадание в камеру сгорания только чистого воздуха. Воздушные фильтры выполняют и другие важные функции: способствуют снижению уровня шума на всасывании, контролируют регулирование температуры и обеспечивают герметичность впускного тракта двигателя.

Wunder Filter осознает важность фильтров в процессе их примене-

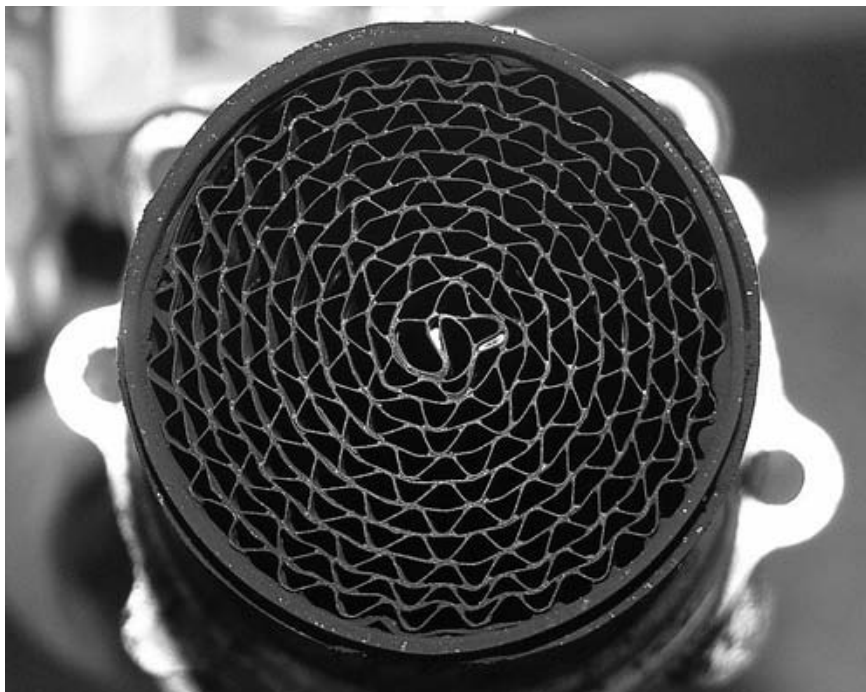
ния в двигателе, следовательно, все виды фильтров подлежат 100%-му тестированию. Контроль качества всей линейки выпускаемой продукции полностью компьютеризирован и автоматизирован. Кроме этого уровень качества продукции постоянно поддерживается с помощью полностью оборудованной современной лаборатории под наблюдением квалифицированных инженеров и технологов. Все фильтры сертифицированы по стандарту TSE N ISO – 9002 QUALITY, а по системе турецких стандартов введена специальная номенклатура именно для воздушных фильтров.

Все приобретаемое сырье для фильтров Wunder, а также отдельные комплектующие детали приобретаются только у ведущих мировых поставщиков и, несмотря на это, все они проходят первичный входной контроль с записью в специальных журналах. Любые сырье, материалы и комплектующие детали не могут быть допущены в производство без разрешающей записи контролера в журнале входного контроля. Огромное внимание, уделяемое компанией качеству выпускаемой продукции, дает основание автовладельцам быть уверенным, что их автомобиль не подведет, т.к. надежно защищен качественными воздушными фильтрами.

ЗАО «Росэкспорт»

официальный дистрибьютор
Wunder Filter в Украине
тел.: (044) 496-96-90
(многоканальный)
e-mail: info@rosexport.com.ua
(формируем дилерскую сеть)

Почему выходят из строя каталитические конвертеры?



Каталитический конвертер выходит из строя крайне редко. Как правило, его неисправность вызвана проблемами в других системах автомобиля, которые необходимо определить и устранить, иначе замена катализатора бесполезна. Предлагаем вашему вниманию описание наиболее вероятных причин выхода из строя каталитических конвертеров.

Несгоревшее топливо в системе выпуска

Если остатки топлива из камеры сгорания попадают в систему выпуска, они воспламеняются при контакте с подложкой. От этого катализатор нагревается гораздо сильнее допустимого, и покрытие начинает плавиться. Источником проблемы могут быть неправильно выставленное зажигание, изношенные свечи или провода, залипший выпускной клапан, неисправный инжектор.

Механические повреждения

Керамическая подложка каталитического конвертера — вещь хрупкая.

Несмотря на наличие изолирующей прокладки, сильное внешнее механическое воздействие может привести к появлению трещины. Со временем трещина увеличивается, мелкие детали откалываются, дребезжат внутри металлического кожуха и препятствуют нормальному потоку выхлопных газов. В результате возрастает противодавление, что ведет к перегреву системы и потере мощности.

Механические повреждения катализатора могут быть вызваны столкновением с посторонними предметами, обрывом деталей подвеса выхлопного тракта, выбоинами в дорожном покрытии, ездой по пересеченной местности.

К счастью, данная проблема не

грозит катализаторам с металлической подложкой, которая обладает значительно более высокой устойчивостью к внешним воздействиям, чем керамическая.

Неисправный датчик кислорода

Проблемы с датчиком кислорода приводят к тому, что система управления двигателем получает искаженную информацию о составе выхлопных газов. В результате горючая смесь неадекватно обогащается или обедняется. В первом случае происходит плавление каталитического покрытия, во втором — замедление реакции и, как следствие, повышенное содержание углеводородов в выхлопе. Рекомендуется устанавливать новый датчик кислорода после замены катализатора.

Масло и антифриз в системе выпуска

При попадании масла или антифриза в систему выпуска образуется тяжелая копоть, которая оседает на подложке и создает две проблемы:

1. Она затрудняет реакцию и снижает эффективность работы катализатора.

2. Она засоряет поры подложки и блокирует газовый поток. Противодавление резко увеличивается и горячие отработавшие газы возвращаются к двигателю, где возможно их проникновение обратно в камеру сгорания, снижающее выходную мощность следующего такта.

Возможные причины попадания масла или антифриза в систему выпуска: износ поршневых колец, дефект уплотнения клапанного стержня, разгерметизация прокладок.

Обращаем особое внимание на то, что в случае подтверждения одной из вышеперечисленных неисправностей, вышедший из строя катализатор гарантийной замене НЕ ПОДЛЕЖИТ.

По материалам компании BOSAL



Выхлопная система

Советы по установке

Правильность установки элементов выхлопной системы важна для обеспечения надежности и герметичности соединений.

Хотя система выпуска крепится к днищу кузова, она также соединена с двигателем, вследствие чего ей передается вибрация от двигателя, которая должна быть изолирована от кузова.

Кроме того, система выпуска должна выдерживать колебания, вызванные неровностью дорожного покрытия.

Правильная установка системы выпуска предотвращает:

- Передачу вибрации в пассажирский отсек
- Утечку газов в местах соединения деталей и риск попадания этих газов в салон
- Преждевременный выход из строя (система, испытывающая повышенное напряжение вследствие неправильной сборки и установки, изнашивается значительно быстрее)

Подготовка к замене деталей системы выпуска

Внимательно осмотрите систему

выпуска и убедитесь, что у вас достаточно места для снятия и замены дефектной детали. Помните, что выхлопные газы опасны для вашего здоровья, и не производите ремонт системы выпуска при включенном двигателе. Выхлопной тракт может очень сильно нагреваться, поэтому дайте ему остыть перед началом работы. Перед тем, как снять дефектную деталь, проверьте наличие необходимых инструментов и детали на замену.

Нужно ли поднимать автомобиль?

Прежде всего, необходимо, чтобы автомобиль был надежно закреплен. Подъем автомобиля может потребоваться для более удобного доступа к системе выпуска, часто бывает необходимо использование профессионального подъемника. Будьте очень осторожны и следите за тем, чтобы автомобиль имел опору в течение всего ремонта.

Снятие дефектной детали

Снятие одной детали представляется более сложной операцией, чем снятие системы целиком, поскольку существует опасность повреждения сопряженных деталей.

Для начала осмотрите дефектную деталь и убедитесь, что сопряженные детали в рабочем состоянии. Иногда для снятия старой детали достаточно просто снять хомут и расчленив соединение с помощью монтировки. Если детали приржавели друг к другу от времени, используйте WD-40 или труборез.

Используя труборез, всегда режьте трубу в направлении дефектной детали так, чтобы не обрезать оставшиеся детали слишком коротко. В результате вы получите маленький кусок трубы, который необходимо удалить.

Используйте молоток и зубило с осторожностью, дабы не повредить сопряженные детали. Если эти детали значительно истончились вследствие коррозии, они могут деформироваться в ходе этой операции.

Если вы снимаете центральную часть, вам, возможно, придется ослабить или снять некоторые или все

детали подвеса системы выпуска к кузову, чтобы обеспечить свободное движение системы для разъединения.

Что такое труборез?

Труборез похож на большие плоскогубцы с прикрепленной длинной цепью. Цепь состоит из режущих колесиков, которые проникают в металл, когда вы обхватываете трубу цепью, сжимаете плоскогубцы и вращаете из стороны в сторону.

Установка выхлопной системы

Вначале разложите всю систему на полу и убедитесь, что все детали на месте, и что новые детали подходят к вашей системе. Настоятельно рекомендуется вместе с новой деталью приобретать полный комплект монтажных аксессуаров для установки этой детали.

Проверьте каждую деталь на предмет обнаружения повреждений концов труб, мест сварки и кронштейнов. Установите систему на автомобиль без затяжки, от приемной трубы назад. Подставьте упор под систему во избежание повышенной нагрузки на шпильки выпускного коллектора.

Проверьте, чтобы каждая труба стояла ровно.

Обратите внимание на текст, выбитый на корпусе глушителей. Он может содержать информацию о правильном направлении установки глушителя. В случае бесфланцевого соединения двух труб (одна в другую), труба, ближняя к переду, должна входить изнутри в трубу, ближнюю к задку.

Когда система полностью установлена, начинайте затягивать гаек спереди назад. Фланцевые соединения нужно затягивать равномерно с обеих сторон, чтобы избежать деформации фланца и обеспечить герметичность.

В процессе затягивания контролируйте натяжение деталей подвеса системы выпуска (оно не должно быть чрезмерным) и зазор между выпускным трактом и деталями кузова (в частности, между выхлопной трубой и бампером).



Установка в выхлопную систему нестандартных элементов влечет за собой цепную реакцию быстрого выхода из строя соседних элементов, не говоря уже о снижении мощности двигателя и повышении шумности.



Применение герметика

Хотя детали системы выпуска изготовлены с жесткими допусками, рекомендовано создание газонепроницаемого уплотнения в местах соединения. Такое уплотнение можно обеспечить с помощью высокотемпературного герметика. Наносите герметик в небольшом количестве на входящий конец трубы в телескопическом соединении. Не допускается использование герметика при установке каталитических конвертеров и других деталей выхлопного тракта, расположенных между двигателем и катализатором, в том числе приемных труб.

Проверка системы выхлопа после установки

Поместите автомобиль в хорошо проветриваемую зону и запустите двигатель. Не стойте позади выхлопной трубы, поскольку оттуда могут вылететь раскаленные частицы (остатки производственных материалов в новой детали).

Оставьте двигатель работать на холостых до полной вулканизации герметика. Убедитесь в отсутствии утечек газа (шипение) и незакрепленных соединений (дребезжание). Проведите road test сначала на небольшой скорости, а затем в нормальном режиме.

Проблемы с установкой детали

Никогда не пытайтесь модифицировать деталь, которая не подходит. В принципе, такая необходимость не должна возникнуть.

Если у вас возникли проблемы с установкой, мы просим вас обратиться в ближайшую гарантийную мастерскую BOSAL.

Самостоятельная модификация детали делает гарантию недействительной.

По материалам компании BOSAL





Светодиодные автолампы

Отличия и особенности разных типов

Определить тип автолампы, установленной на конкретном автомобиле, помогают каталоги производителей. Также эта информация содержится в инструкции по эксплуатации автомобиля. Мы же поговорим о том, как подобрать подходящую замену штатному освещению среди светодиодных ламп.

Передние габариты

В подавляющем большинстве (90-95%) современные автомобили оборудуются безцокольными лампами в передних габаритах (европейская маркировка – W5W). В оставшихся 10-15% марок авто (типа «Жигулей») установлены лампы T4W. Альтернативой передним габаритным лампам W5W могут стать светодиодные лампы T10, а T4W – T8.



Близость лампы головного света – главная особенность ламп передних габаритов, а потому они просто обязаны выдерживать температуру до 80-100 градусов. При перегреве кристаллы светодиода выходят из строя и именно во избежание перегрева служит стабилизатор тока, которым оснащаются некоторые дорогие модели светодиодных ламп передних габаритов.

Благодаря совершенствованию технологии производства светодиодов и конструкции ламп, некоторые модели, не имеющие стабилизатора тока, также показывают хорошие результаты надежности при использовании в габаритах передних фар.

Задние фонари: стоп-сигнал и габариты

В задних фонарях могут устанавливаться двухконтактные цокольные лампы P21/5W или цокольная лампа с одним контактом – P21W (в зависимости от конфигурации фонаря).

На автомобилях японского производства и некоторых американских в качестве стоп-сигнала или фонаря типа «стоп/габарит» могут устанавливаться бесцокольные лампы: W21W (одноконтактная) или W21/5W (двухконтактная).

На этом же цоколе могут быть установлены светодиоды (3, 5, 9, 12, или 24 шт.), от количества которых будет зависеть яркость свечения. Лампочка на 5 Вт соответствует 3-5 диодам, 21 Вт – 9-24 диодам.



Лампы освещения салона

В плафонах освещения салона автомобиля могут устанавливаться софитные лампы 28,5, 31, 35(36) и 41 мм. Первые два типа применяются гораздо реже последних двух. Но все они подразделяются на 3 категории:

1. Диод устанавливается непосредственно в разъем плафона вместо штатной. Такие диоды максимально приближены к габаритам стандартной лампы накаливания. Применяются там, где ограничено внутреннее пространство плафона.



2. Диод устанавливается также в разъем плафона, однако он шире, чем стандартная лампа, что требует бдительности при выборе и установке. Благодаря увеличенным размерам, они содержат больше светодиодов и светят ярче.

3. Прямоугольные светодиодные матрицы с различным количеством диодов. Каждая матрица имеет разъем, к которому подсоединяется один из трех типов цоколя.

Лампы «поворотников»

В передних и задних фарах автомобилей в качестве лампы указателей поворотов применяют одноконтактные лампы P21W.

В автомобилях с прозрачной оптикой задних фонарей устанавливают одноконтактные цокольные лампы с желтым стеклом. У них бывает два типа цоколя – такой же как у P21W и со смещенным цоколем.

Одно из достоинств замены стандартных ламп на светодиодные в «поворотниках» – их эстетический вид. Многие современные задние фонари в сегменте «поворотников» имеют белое прозрачное стекло. Желтизна стекла лампы, протупающая через фонарь, портит внешний вид.



Светодиодные лампы не имеют цветных стекол, а только излучают желтый свет.

В некоторых моделях японских и американских автомобилей в «поворотники» устанавливается безцокольная лампа. В повторителях

поворотов на крыльях авто могут устанавливаться безцокольные лампы W5W с прозрачным или с желтым стеклом. В обоих случаях светодиодной альтернативой является могут быть диоды оранжевого или красного цвета типа T10.

Единственным нюансом при замене штатных поворотных ламп на светодиодные является то, что при установке и включении поворотов они начинают очень быстро мигать, в 3-4 раза чаще штатных. Для предотвращения этого явления вместо штатного поворотного реле необходимо поставить электронное реле поворотов.

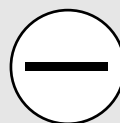
В случае другой конструкции реле или его интеграции в блок управления быстрые мигание устраняется при помощи нагрузочного сопротивления, под-



ключенного параллельно светодиодной лампе. Это сопротивление имитирует присутствие обычной лампы накаливания, и частота срабатывания будет нормальной. Эффект уменьшения энергопотребления в таком случае отсутствует. ■



Главное преимущество светодиода в сравнении с другими источниками света – непосредственная трансформация электрической энергии в световое излучение, поэтому светодиод почти не нагревается и потери энергии минимальны. Благодаря узкому диапазону спектра излучения, свет получается «чистым», а механическая прочность и надежность позволяет достигнуть срока эксплуатации в 10 тыс. часов, что превышает срок службы классической лампы накаливания практически в 10 раз! К значимому достоинству можно отнести и безопасность, обусловленную низким рабочим напряжением.



Разница в цене светодиода и обычной лампы колеблется в зависимости от размеров диода. Мелкие светодиоды могут стоить дороже лампочки, к примеру, на 5-15 гривен, но при этом служат в 10 раз дольше. А вот крупные светодиоды для головного света или «поворотников» для многих «кусачутся». Однако эксперты полагают, что в будущем этот разрыв удастся сократить.



Производители автомобильных ламп Кто есть кто?

Информация о производителях – казалось бы, что может быть проще и доступнее? Но, оказывается, даже о самых именитых фирмах, чья история напрямую связана со светом электрической лампочки, иногда нелегко найти пару слов. Тем более, собранных в одном месте. Наша цель – восполнить этот пробел.

General Electric можно заслуженно назвать новатором со столетним стажем. Первый электрический утюг, первый тостер, первый холодильник... Но, прежде всего, вспоминаются первые лампы General Electric, подарившие миру электрический свет.

Компания General Electric работает во многих областях, и уже более столетия занимает лидирующее положение на рынке осветительной техники. Своим появлением она обязана талантливому изобретателю Томасу Эдисону, который известен, прежде всего, как создатель вакуумной лампы накаливания, которая, кстати говоря, за столетие практически не изменилась.

В 1892 году, путем слияния двух конкурирующих компаний, возникла General Electric, которая была призвана объединить в себе производственные мощности и научный потенциал, необходимые для массового внедрения ламп накаливания.

OSRAM – немецкая компания, входит в промышленный сектор Siemens и является одним из двух ведущих мировых производителей осветительных приборов. OSRAM специализируется на высоких технологиях при производстве светотехники: свыше 65%

продукции создано на основе энергосберегающих технологий. В компании, ориентированной на мировой рынок, работает более 43,5 тысяч служащих по всему миру. Она снабжает своей продукцией покупателей в 150 странах и имеет 46 производственных предприятий в 17 странах. Объем продаж за пределами Германии составляет 88% от общего оборота. Лампы Osram с 1926 года выпускаются той самой формы, которую «подсмотрели» остальные производители и которую мы привыкли считать стандартной. Эта форма запечатлена на логотипе компании. Подразделение компании OSRAM «Automotive Lighting» является мировым лидером в производстве автомобильных ламп. Практически каждый второй новый автомобиль сходит с конвейера уже укомплектованным лампами OSRAM. Благодаря инновационным технологиям и высокому качеству OSRAM поставляет лампы для первичного оснащения практически всем крупнейшим международным производителям автомобилей.

Сейчас все большую популярность в мире завоевывают газоразрядные автомобильные лампы. Компания OSRAM первой

представила на мировом рынке систему без использования ртути, благодаря которой нет необходимости в отдельной утилизации ее составных элементов. Кроме того, каждый год в 29 странах мира компания проводит обширные, целенаправленные опросы покупателей. Это позволяет ориентироваться на клиента при совершенствовании изделий и отстаивать лидерство в международной конкуренции. Один из основных принципов компании состоит в том, чтобы разрабатывать как можно больше средств производства своими собственными силами, начиная с производства основных комплектующих деталей, разработки собственных технологий производства и заканчивая созданием комплексного технологического оборудования с компьютерным управлением. Все лампы OSRAM отвечают требованиям, предъявленным к качеству автомобильными производителями, и их качество даже выше норм европейских стандартов. И, что немало важно, лампы OSRAM, поставляемые на вторичный рынок соответствуют по качеству лампам, которыми оснащены автомобили в базовой комплектации.

Philips Automotive Lighting

является одним из мировых лидеров в разработке и производстве автомобильных ламп. Компания постоянно совершенствует и модернизирует освещение автомобилей, первенствуя в исследованиях и качестве разработок, для обеспечения максимальной безопасности и комфорта всех участников движения. Philips является не только ведущим поставщиком ламп для автомобильной промышленности как производитель оригинальных комплектующих, но также поставляет лампы соответствующего качества на рынок запасных частей. Уникальность компании Philips Automotive Lighting состоит в том, что она уже более 100 лет самостоятельно разрабатывает и использует собственное производственное оборудование. Именно с производства электрических ламп начиналась история концерна Philips, выпустившего свою первую лампочку в далеком 1891 году, то есть всего через одиннадцать лет после получения Эдисоном патента на свое революционное изобретение. Сейчас никого не удивит автомобиль с ксеноновыми лампами, а ведь именно ксеноновые лампы Philips были первыми, разработанными специально для автомобильной промышленности.

Bosch. Начало выпуска автомобильного осветительного оборудования в 1913 г. открыло важный этап в развитии компании Bosch: если до этого она производила только отдельные компоненты для автомобилей, то Bosch-Licht стала первой комплексной системой, избавившей покупателей от утомительного приобретения разнообразных деталей. Первая автомобильная система освещения Bosch-Licht состояла из фар с лампами, генератора, батареи и реле-регулятора для управления подзарядкой. В те времена автомобильное освещение не использовалось в транспортных средствах из-за отсутствия надежного автономного источника питания – заряда батареи хватало ненадолго. Инженеры Bosch стали использовать генератор, который заряжал батарею, снабжавшую электричеством все энергопотребляющие устройства, в том числе систему освеще-

ния. Система освещения Bosch сделала вождение в ночное время суток намного безопаснее и внесла заметный вклад в превращение автомобиля в массовое средство передвижения.

HELLA. Освещение, электроника, законченные узлы для автомобилей, системы кондиционирования воздуха, автомобильная электропроводка и обработка сигналов в автомобильной промышленности наряду с поставками запчастей на вторичный рынок – основные области компетенции автомобильного поставщика Hella KG Hueck and Co. со штаб-квартирой группы в Липпштадте.

Основание компании Westfälische Metall-Industrie Akt.-Gesellschaft с завод по производству фонарей, фар, сигналов с грушей и арматур для велосипедов и кузовов автомобилей датируется 1899 годом. В 1908 году ацетиленовые фары с системой линз и зеркал впервые получили название «Hella». В активе компании множество разработок, которые вошли в историю автомобилестроения: фары, делящие световой поток на дальний и ближний режим освещения; введение красных и желтых стоп-сигналов; первая электрическая система указателя поворота на Ford Taunus; разработки фары с лампами H4; полностью светодиодной фары для Cadillac Escalade Platinum и др..

Сегодня Hella – один из 100 крупнейших производителей в Германии, а ее клиентами являются боль-

шинство производителей автомобилей, а также запчастей для вторичного рынка.

Narva – сравнительно молодая компания, ей всего около пятидесяти лет. Казалось бы, куда ей тягаться с такими «монстрами» электролампового производства, как, скажем, GE, Philips или Osram, которые возникли почти сразу после демонстрации Эдисоном своего светящегося изобретения и давно уже забыли, как праздновали свой столетний юбилей. Однако молодость – это сила, и развитие компании доказывает этот тезис в полной мере.

Компания Narva имеет собственный стекольный завод. И если раньше колбы для галогенных ламп изначально изготавливались из кварцевого стекла, то именно компания Narva впервые предложила использовать вместо него модифицированный вариант обычного твердого стекла. Автомобильные лампы Narva стали намного более дешевыми при неизменном качестве и надежности. А срок эксплуатации таких ламп даже увеличился благодаря их неприхотливости к условиям эксплуатации.

Фирма находится в центральной Германии. Ее поддерживают региональные офисы продаж, которые работают для клиентов и заинтересованных лиц, знающих и ценящих продукты NARVA в более чем 70ти странах мира. Экспортный оборот составляет составляет 75% всего товарооборота компании.



TESLA. Торговая марка TESLA известна еще с 1931 года, когда было начато производство первых электрических лампочек на заводе компании в Чехии. Более 70 лет продукция компании TESLA известна своим качеством и надежностью. В 2002 году торговая марка TESLA была выкуплена немецким концерном OSRAM GmbH. Автолампы с торговой маркой TESLA сейчас выпускались на трех заводах: в Гербрехтингине (Германия), в Новых Замках (Словакия) и в Тревизо (Италия).

Производственная программа охватывала более 40 типов наиболее популярных автоламп. Однако несколько лет назад эта известная марка была тихо похоронена. Производство ламп Tesla остановлено, поставки прекращены.

«Маяк». Продукция торговой марки «МАЯК» известна автолюбителям с 2002 года. Именно тогда появились первые высококачественные автомобильные лампы под этой торговой маркой, разработанной специально для стран постсоветского пространства. Программа света включает в себя более 300 типов автомобильных ламп накаливания для скутеров, мотоциклов, легковых автомобилей, грузовиков, трамваев, троллейбусов и различной дорожной техники на 6В, 12В и 24Вольта, а также автомобильных галогенных ламп головного и до-

полнительного освещения, светодиодных ламп и источников света на их основе. В этом году серия ламп ULTRA (УЛЬТРА), имеющая в своей линейке высокотехнологичные галогенные лампы основного света с повышенной световой отдачей и увеличенным сроком службы, дополняется лампами накаливания, оснащенными японской нитью накаливания и заполненными специальным составом газовой смеси.

Последние несколько лет торговая марка «МАЯК» работает под девизом «За безопасность дорожного движения». Это означает, что вся продукция под ТМ «МАЯК» должна вносить свой вклад в обеспечение безопасности на дорогах, как для водителей и пассажиров, так и для пешеходов. Очень четко осознавая свою социальную ответственность, ТМ МАЯК стремится свои продукты разрабатывать, в первую очередь, именно с этой целью.

ТМ «ДИАЛУЧ» официально зарегистрирована в 2005 году. Продукция ТМ «ДИАЛУЧ» производится на заводах стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья. Также ООО «Авто-электро ДИАЛ» владеет собственным производством в г. Дедовске (Московская область, Истринский район). Производственный филиал выпускает широкий спектр автомобильной электропроводки, а также

В данный момент ТМ «ДИАЛУЧ» включает в себя следующие виды товаров: светодиоды, хомуты (червячные), предохранители, свечи зажигания, рабочие перчатки и, конечно же, автолампы.

Скоро ТМ «ДИАЛУЧ» сможет порадовать потребителя своими новинками: комплектами ксеноновых ламп и комплектами галогенных ламп с увеличенным сроком продолжительности горения. Правообладателем ТМ «ДИАЛУЧ» является компания ООО «Авто-электро ДИАЛ», г.Москва.



Еще больше света: новая серия галогенных ламп Bosch Plus 90



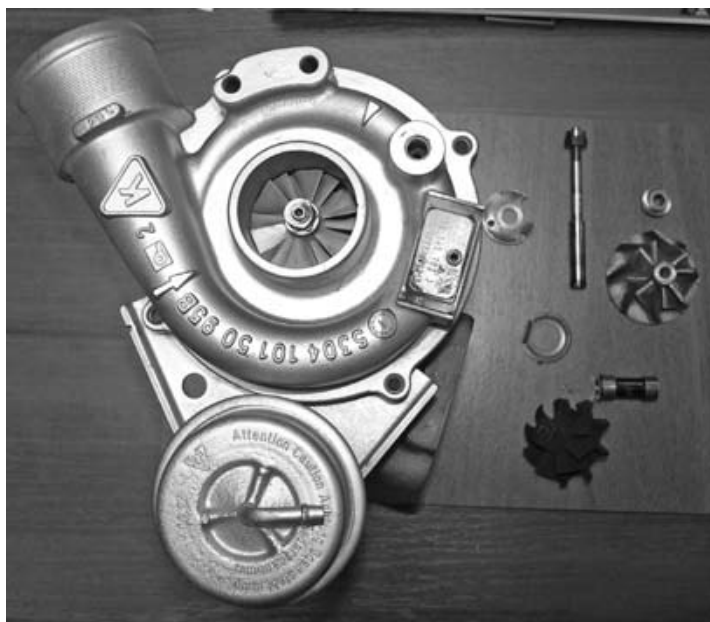
Новые галогенные лампы серии Plus 90 - самые яркие и мощные в ассортименте Bosch: их световоддача на 90% выше, чем у других аналогичных ламп. Новые лампы образуют более длинные и широкие световые конусы, освещая дорогу намного эффективнее и таким образом повышая уровень безопас-

ности движения в темное время суток и в плохую погоду. С такими автолампами водители смогут заметить опасность, препятствие или дорожный знак значительно быстрее. Кроме того, лампы Plus 90 дают намного более белый свет, чем стандартные галогенные лампы. Освещение, близкое к дневному, меньше утомляет водителей, что особенно важно в ночное время. Лампы новой серии поставляются в вариантах Н1, Н4 и Н7 и подходят для большинства моделей автомобилей.

Значительно более высокие световоддача и коэффициент белизны у ламп новой серии Plus 90 достигаются благодаря ксеноновому наполнению, оптимизированной конструкции спирали и частичному голубому напылению колбы. Лампы Н4 и Н7 с серебряным верхом выг-

лядят наиболее элегантно, что особенно заметно в сочетании с фарами из прозрачного стекла. Серебряный верх и голубое напыление создают эффект голубого мерцания даже при выключенных фарах.

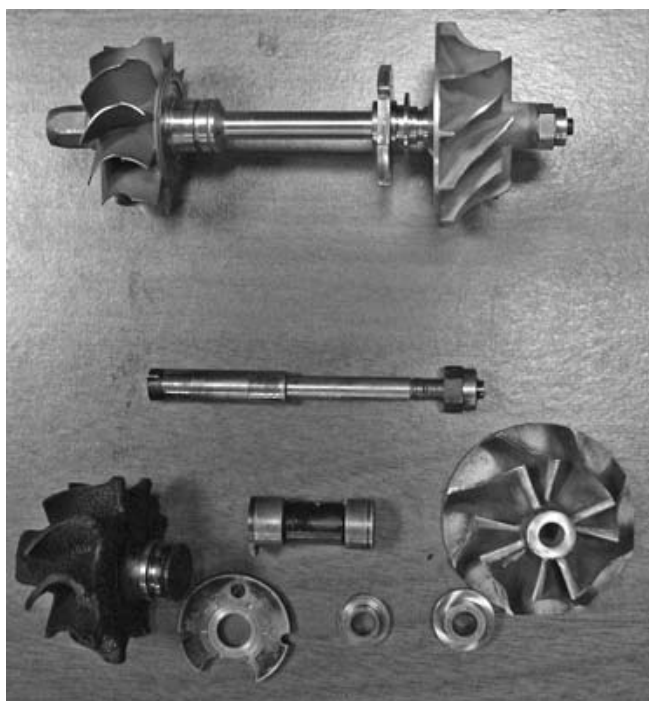




Слева - кустарная крыльчатка «турбины», справа - оригинальная. Различия (например, количество лопастей) видны даже невооруженным взглядом.

Кустарная «турбина»

Проблема поддельных запчастей для нашего рынка весьма актуальна - это факт. Но каким же было наше удивление, когда мы узнали, что некоторые умельцы до сих пор умудряются создавать и использовать не просто поддельные, а кустарные запчасти! Причем где - в турбокомпрессоре, агрегате, в котором все детали имеют очень высокие допуски и проходят тщательную проверку и балансировку.



Сверху - оригинальный ротор в сборе с крыльчатками. Снизу - детали, изготовленные кустарно, которые сразу не выдержали нагрузок.

Мы уже неоднократно писали материалы совместно со специалистами компании «ТурбоБосс». Вот и сейчас у нас появился весьма интересный повод для очередной встречи. Предоставляем слово директору компании **Виктору Бондарю**: «Нам из Ивано-Франковска прислали турбину, с которой у ее владельца возникли проблемы. Каково же было наше удивление, когда мы ее вскрыли и увидели там «картридж» полностью из запчастей, сделанных кустарным методом! В сборе ротора турбины и крыльчаток нет ни одной оригинальной детали! Такую «турбину», конечно, можно отбалансировать, но все равно не получится достичь всех физических параметров на ддува, вращения и т.д. Она элементарно тяжелее «оригинала» в полтора раза. То есть для того что-



Упорные подшипники. На левом (кустарном) отсутствуют отверстия для свободного тока масла (на правом эти отверстия образуют «солнышко»).

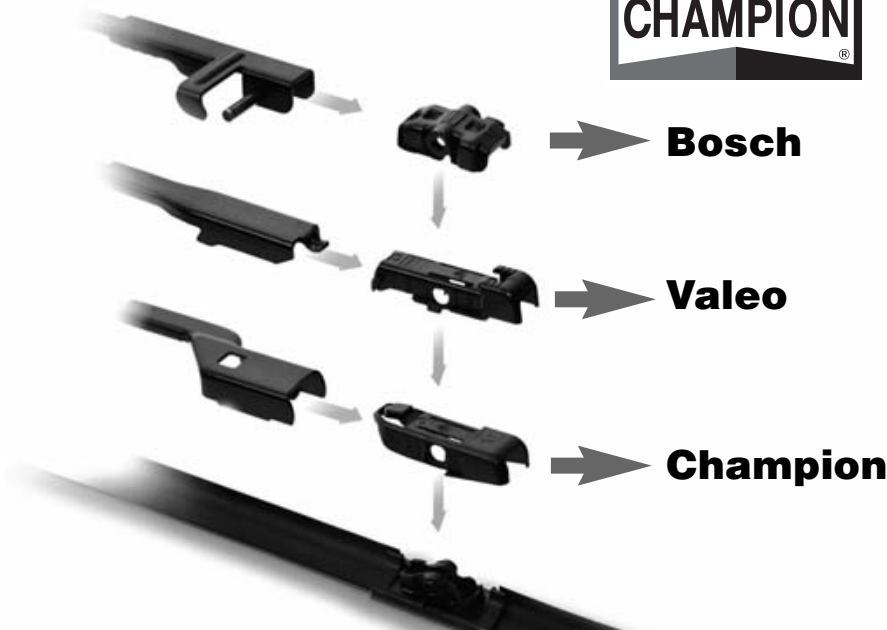
бы ее раскрутить - необходимо элементарно больше воздуха. А «выхлоп»-то остается нормативным. Собственно, вследствие этого расходомер воздуха показывал неправильную работу агрегата и у владельца автомобиля постоянно горела лампочка «Check Engine».

Причем кустарные запчасти были изготовлены и установлены на одну из самых распространенных турбин K-03 компании KKK. Такие агрегаты применяются, например, на автомобилях Audi A4, A6 или Volkswagen Passat B5 1.8 T. Поэтому будьте очень внимательны и готовы к тому, что на рынке появились запчасти, не выдерживающие никакой критики.

ТМ «ТУРБОБОСС»

г. Киев, пр-т Ак. Вернадского, 36-а
тел./факс: (044) 422-95-01, тел.: (067) 760-16-55
e-mail: viktor_bondar@online.ua, www.turboboss.com.ua

Меньше наименований — больше покрытие модельного ряда



При существующем сегодня большом разнообразии различных типов креплений бескаркасных стеклоочистителей трудно контролировать наличие на складе все возрастающего ассортимента, традиционно поставляемого в специализированных комплектах к каждому конкретному автомобилю.

С Champion Contact выбор очень прост. Предлагая стеклоочистители в одинарной упаковке с переходниками под различные типы креплений, благодаря выдающейся инженерной разработке Champion вы можете покрыть потребности рынка с половиной обычного ассортимента.

Принцип «Мастер-коннектор» весьма прост. Это означает, что вне зависимости от модели автомобиля, для всех наиболее распространенных видов крепления мы имеем стеклоочиститель, который подойдет.

Champion предлагает две новых программы по бескаркасным стеклоочистителям: первая - Direct Fit с универсальной системой «Мастер-коннектор» для непосредственной замены оригинальных стеклоочистителей OE, другая - универсальная серия

бескаркасных стеклоочистителей для автомобилей с традиционным креплением, с коннектором (EZ Click).

Новая серия Champion Contact - превосходная возможность для бизнеса. Используя новый «Мастер-коннектор», вы можете на 50% уменьшить складские запасы, при этом несколько не сокращая покрытие рынка по моделям.

- Больше оборачиваемость
- Меньше нереализованных продаж
- Экономия складского пространства

- Меньше замороженных складских запасов

Вопрос: Чем может помочь Champion?

Ответ: до последнего времени замена оригинальных бескаркасных стеклоочистителей OE в основном производилась только покомпонентно, т.е. продавался комплект из двух щеток. Новая серия Champion-contact предлагает одинарные стеклоочистители, которые обладают огромным преимуществом - большее покрытие меньшим количеством наименований благодаря применению нашей патентованной системы «Мастер-коннектор».

Вопрос: Как работает «Мастер-коннектор»?

Ответ: «Мастер-коннектор» позволяет устанавливать бескаркасные

Мастер-коннектор. Переходное техническое решение для рынка бескаркасных стеклоочистителей

- Бескаркасные стеклоочистители Champion оригинального качества OE теперь можно устанавливать на большинство автомобилей, оснащенных такими щетками на конвейере

- Уникальная конструкция «Мастер-коннектора» предусматривает использование общей основы для нескольких различных адаптеров

- Простота установки - к каждому стеклоочистителю прилагаются ясные пошаговые инструкции

- Удобен и безопасен в обслуживании

- Снижает ассортимент и объем склада - повышается оборачиваемость

- Обладающие оригинальным качеством OE бескаркасные стеклоочистители Champion теперь можно легко установить на большинство автомобилей, оснащенных такими щетками на конвейере



стеклоочистители Champion с большинством широко используемых типов креплений, крепление сбоку, крепление сверху и байонетный коннектор FM. Это достигается за счет применения стандартного основания с набором легко устанавливаемых адаптеров, соответствующих тому или иному типу крепления.

Вопрос: Каковы основные преимущества серии «Champion-contact»?

Ответ: Поскольку каждая новая модель автомобиля оснащается стеклоочистителями различной длины (водитель/ пассажир), имеет различную кривизну ветрового стекла, различные системы крепления, это создает бесчисленное число комбинаций. В результате число специализированных комплектов стеклоочистителей возрастает все больше и больше. При использовании «Мастер-коннектора» Champion способен обеспечить самое широкое покрытие модельного ряда при минимальном ассортименте и складских запасах.

Вопрос: Они не хуже прежних стеклоочистителей?

Ответ: Все стеклоочистители Champion производятся в соответствии со спецификациями оригинальных производителей ОЕ. При расширении ассортимента бескаркасных стеклоочистителей производитель проводит их испытания на каждой конкретной модели автомобиля при самых разнообразных условиях, включая высокие скорости. Таким образом, стеклоочистители соответствуют кривизне каждого ветрового стекла, а по своим характеристикам не уступают щеткам ОЕ или превосходят их.

Вопрос: Почему я должен выбрать именно Champion?

Ответ: Champion выходит с уникальным предложением одинарно упакованных бескаркасных стеклоочистителей оригинального качества ОЕ со всеми преимуществами не имеющей равных инженерной разработке «Мастер-коннектор» для рынка запасных частей. Это обеспечивает огромные

преимущества с точки зрения большего покрытия рынка при значительно меньшем числе наименований, сниженных складских расходах, повышении оборачиваемости и более высокой прибыли. Продукция поставляется в привлекательной современной упаковке, отвечающей вкусам как продавца, так и покупателя.



«Юник Трейд» – официальный дистрибьютор
Federal Mogul

**оптовые продажи,
главный офис:**

+38 (0512) 50-02-26 (многоканальный)

Одесский филиал:

тел. +38 (048) 741-16-05

Николаевский филиал:

тел. +38 (0512) 50-10-09

e-mail: ut@utr.ua

www.utr.ua

OPTIMAL – теперь не только подшипники!

Продукция OPTIMAL пользуется неизменным спросом на мировом рынке уже более 40 лет. Официальный дистрибьютор OPTIMAL компания «Юник Трейд» расширяет ассортимент продукции этой торговой марки

Амортизаторы. Благодаря высококачественным материалам и сложным рабочим процессам, амортизаторы OPTIMAL гарантируют безопасность, надежность и минимальный износ. Номенклатура изделий постоянно расширяется и покрывает все лидирующие европейские и азиатские модели транспортных средств.

Рулевое управление и элементы подвески производятся с применением самого современного оборудования. OPTIMAL гарантирует отличное качество, благодаря регулярному контролю в течение всего производственного процесса.

Резино-металлические детали - виброизоляция элементов двигателя, кузовов легкового автомобиля и двигателей.

«Юник Трейд», оптовые продажи, главный офис - тел.: +38 (0512) 50-02-26 (многоканальный); одесский филиал - тел. +38 (048) 741-16-05; николаевский филиал - тел.: +38 (0512) 50-10-09; e-mail: ut@utr.ua, www.utr.ua





10 Пунктов

которые следует учитывать при выборе типа свечей накаливания

Спецификация: изготовители свечей накаливания



Позиция на рынке

Фирма BERU является лидером на мировом рынке, а следовательно - и на быстроразвивающемся рынке дизельных двигателей - тем самым она гарантирует преимущества крупной, часто покупаемой марки. Свечи накаливания BERU устанавливают в свои автомобили все ведущие мировые автопроизводители*.

Полный ассортимент по технологии OE

BERU предлагает программу свечей накаливания по технологии 1:1-OE с 98%-м охватом рынка - включая важные для техобслуживания новые объемные модели с системой ISS, а также свечи накаливания для дополнительных отопителей и грузовых автомобилей. Это никто другой не может.

Абсолютное качество - для автопроизводителей и рынка запчастей

BERU гарантирует качество и постоянно получает за это награды. Примеры: Золотой «Ford World Excellence Award» за высшие достижения в сфере качества, эффективности затрат и логистики. Или «Toyota Certificate of Recognition» за выдающееся качество продукции и поставок. В двух словах: высокий уровень качества, от которого выигрывают также торговля и ремонтные мастерские.

Инновационный потенциал, формирующий рынок

Система, с помощью которой дизель запускается так же быстро, как и бензиновый двигатель: разработка фирмы BERU. Система BERU Instant Start System ISS применяется сегодня во всем мире - она устанавливается на заводах AMG, Audi, BMW, Chevrolet, Chrysler, Isuzu, Jeep, Mercedes-Benz, Seat, Skoda, Volkswagen и многих других фирм. От этого выигрывают также СТО - из-





за спроса на быстроизнашивающиеся запчасти и обусловленного этим активного спроса на компоненты ISS BERU.

Лидерство в технологиях

Технологию холодного запуска дизельного двигателя завтрашнего дня будет определять разумная концепция накаливания: свеча накаливания PSG с датчиком давления, разработанная и внедренная в серийное производство фирмой BERU... и отмеченная на выставке Automechanika 2006 призом Innovation Award.

Информация и поддержка

BERU предлагает разнообразную техническую информацию, практические советы и помощь при монтаже, обширную программу обучения и компетентную линию прямой связи (Hotline). В дополнение к этому предлагаются также другие сервисные услуги, как например, уход за хранящимися на складе изделиями, списки использования продукции, учет и организация данных. Мы заботимся также о молодом поколении в автомобильной отрасли - посредством нашей активной деятельности в рамках системы обучения OMP «Обработка данных в автомобильной отрасли» (www.originalmarken-partner.de).

Сделано в Европе

Свечи накаливания BERU для автопроизводителей и вторичного рынка изготавливаются преимущественно на наших двух заводах в Людвигсбурге/Германия, а также в Трали/Ирландия - на ультрасовременных производственных линиях, согласно международным стандартам, по одинаковой технологии.

Образцовая доля поставки

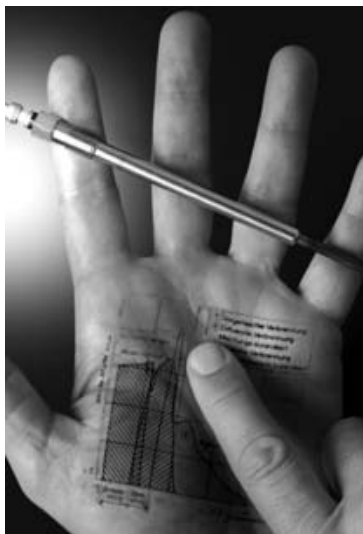
Образцовая для отрасли доля поставки прямо со склада в размере 97% - мы обеспечиваем это благодаря оптимальному размещению производства, обширному складскому хозяйству и эффективной логистике.

Эффективный маркетинг

BERU поддерживает сбыт посредством предупредительной и информационной помощи торговле и заботится о целенаправленном спросе у водителей автомобилей путем последовательной заботы о марке и ее известности в печатных изданиях и на телевидении.

Личный контакт с партнерами

Фирма BERU принадлежит к числу немногих фирм-поставщиков автокомпонентов, располагающих коллективом компетентных специалистов по послепродажному обслуживанию, от которых получают пользу все звенья торговой цепи.



* Alfa Romeo, AMG, Audi, BMW, Caterpillar, Chevrolet, Citroen, Cosworth, Cummings, Dacia, DAF, DaimlerChrysler, Deutz, Dodge, Fiat, Ford, General Motors, Hyundai, Isuzu, Iveco, Jaguar, Jeep, John Deere, Kia, Lancia, Land Rover, Mack Truck, MAN, Mazda, Mercedes-Benz, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Saab, Scania, Seat, Skoda, Smart, Ssangyong, Toyota, Vauxhall, Volkswagen, Volvo



DENSO расширяет линейку Twin Tip

Один из ведущих мировых производителей свечей зажигания предлагает владельцам европейских, азиатских и российских автомобилей продукцию премиум-класса по доступной цене

Компания DENSO Aftermarket Sales Europe, входящая в состав второго по величине мирового производителя автокомпонентов – DENSO Corporation, представляет на украинском рынке автозапчастей новые модели запатентованных свечей зажигания Twin Tip (ТТ). Пять новых наименований – K16TT, K20TT, K16HTT, Q16TT и Q20TT, добавленные к существующим W20TT и W16TT – позволили серии свечей ТТ обеспечить 95-процентное покрытие парка российских автомобилей. Кроме того, свечи серии ТТ могут использоваться в целом ряде популярных европейских моделей, в частности, в Renault Logan, Volkswagen Golf и Polo, Skoda Octavia и Opel Corsa. Новые модели свечей ТТ позволяют применять их не только для Daewoo Lanos/Nubira, но и для Chevrolet Lacetti и Aveo, Kia Rio и CEED, Hyundai Getz и Elantra, а также для японских автомобилей, в том числе в Mitsubishi Lancer, Nissan Micra, Primera и Toyota Yaris, Corolla. Общее покрытие парка иномарок около 70%!

Разработанные на основе передовых технологий, свечи зажига-

ния DENSO ТТ, первая презентация которых состоялась на Моторшоу-2008, – идеальный выбор для водителей, выбирающих высокое качество по доступной цене (в среднем на 15-20% выше стандартных никелевых свечей DENSO). Свеча ТТ – первая в мире свеча

зажигания с тонкими боковым и центральным электродами, которые не содержат драгоценных металлов и при этом обеспечивают лучшие показатели мощности при меньшем расходе топлива, по сравнению со стандартными свечами. Благодаря более тонким электродам, искра получается намного более сильной, улучшается эффективность зажигания, что особенно важно при низких температурах. Кроме того, все возможные применения свечи ТТ обеспе-



Пять новых наименований свечей ТТ – K16TT, K20TT, K16HTT, Q16TT и Q20TT – позволили этой серии свечей обеспечить 70-процентное покрытие европейского парка.

чиваются за счет всего семи наименований продукции. Это позволяет сэкономить складские площади, оптимизировать затраты на логистику и, наряду с оптимальным соотношением цены и качества данного продукта, является несомненным плюсом для компаний-дистрибьюторов DENSO и станций технического обслуживания автомобилей.

«Свеча зажигания DENSO TT – уникальная свеча зажигания с никелевым центральным и парным выступающим боковым электродом диаметром 1,5 мм – знаменует собой прорыв компании DENSO на независимом рынке автозапчастей. При помощи технологии OEM, разработанной для наших свечей премиум-класса Iridium Super Ignition Plug (SIP), мы создали новую, высокотехнологичную свечу, которую смогли предложить клиентам компании по конкурентоспособной цене», – комментирует торговый представитель DENSO в Украине **Алексей Барташевич**.

Свечи зажигания DENSO TT эффективны и надежны в любых условиях эксплуатации. Точность конструкции позволила достичь экономии топлива до 5% по сравнению со стандартными свечами, а это значит, что и короткие, и длительные поездки на автомобиле становятся более экономичными. Результатом улучшенного искрообра-



Новые модели свечей TT позволяют применять их для Daewoo Lanos, Chevrolet Lacetti и Aveo, Renault Logan, Volkswagen Golf и Polo, Skoda Octavia а также для японских автомобилей, в том числе для Mitsubishi Lancer, Nissan Micra, Primera и Toyota Corolla.

зования является более устойчивый процесс сгорания топлива, что в свою очередь приводит к его меньшему расходу и значительному снижению выбросов CO₂ и CH в атмосферу.

Детальная информация о свечах зажигания TT содержится в каталоге свечей зажигания DENSO TT (код продукта DETT09-0001), который включает таблицы примени-

мости и взаимозаменяемости свечей, а также таблицу обновления свечей DENSO от моделей Standard и Platinum до TT и Iridium.

Дополнительную информацию о расширенной линейке свечей зажигания DENSO TT можно получить в компании DENSO Europe Aftermarket Sales у торгового представителя DENSO в Украине (e-mail: a.bartashevich@denso.nl).

О компании DENSO

Корпорация DENSO является вторым по величине в мире поставщиком комплектующих изделий для автомобильной промышленности, а также ведущим разработчиком и производителем передовых технологий, систем и компонентов. Компания основана в 1949 году. В настоящее время число ее сотрудников, работающих в 32 странах мира, насчитывает 120 000 человек. Штаб-квартира DENSO расположена в городе Кария (префектура Айти, Япония). Клиентами компании являются все ведущие мировые производители автомобилей, при этом 9 из 10 автомобилей по всему миру комплектуются компонентами, произведенными DENSO. Совокупная чистая выручка за 2008-2009 финансовый год составила 3 142,7 млрд. иен (32,0 млрд. долларов США). Более подробная информация о компании содержится на сайте www.globaldenso.com.

Компания DENSO Europe B.V. – дочернее предприятие и европейская штаб-квартира корпорации DENSO, расположенные в городе Вейсп (Нидерланды). Компания имеет 19 фирм-производите-

лей, 14 производственных площадок и 7 отделов продаж по всей Европе. Также компания владеет техническими лабораториями и испытательными центрами в Германии, Великобритании, Италии и Швеции, где ведутся интенсивные исследования и разрабатываются новые технологии. Всего в компании работает 14 000 сотрудников.

Aftermarket Sales division компании **DENSO Europe B.V.** – отдельное подразделение DENSO Europe B.V., осуществляющее поставку радиаторов, салонных фильтров, компонентов системы кондиционирования воздуха, включая компрессоры и конденсаторы, свечей зажигания, свечей накаливания, щеток стеклоочистителей, стартеров и генераторов переменного тока, кислородных датчиков, а также дизельных компонентов, таких как топливные насосы, дистрибьюторы, оптовым покупателям, авто-сервисам и конечным потребителям. Постоянно растущая сеть точек продаж автозапчастей DENSO охватывает Германию, Великобританию, Россию и Италию. Более подробная информация о компании содержится на сайте www.denso-europe.com.

Классифицируем смазки



Производители еще не пришли к созданию единой и полной спецификации смазок. Поэтому каждый решает сам (видимо, в зависимости от требований стран, где он продает свою продукцию), как маркировать смазку, как ее позиционировать (для чего она и как ее использовать), какие характеристики сообщать. В данном материале мы поговорим о варианте классификации от NLGI, который можно увидеть на многих этикетках.

Аббревиатура NLGI расшифровывается как National Lubricating Grease Institute (NLGI) – Национальный институт пластичных смазок США. Первый параметр, которым оперирует одноименная классификация, это «консистенция смазки» (проще говоря, степень ее густоты). В соответствии с методикой института, при помощи лабораторного метода «рабочей пенетрации» измеряется густота. Определение этого параметра производится с помощью пенетromетра с конусом, который опускают на пять секунд в смазку при температуре 25°C. Глубина погружения конуса измеряется и выражается в десятых долях миллиметра. Обычно пенетрацию определяют как у перемешанной, так и не перемешанной смазки. Разница этих показателей характеризует стабильность смазки и способность выдержать механические нагрузки. Кроме того, чем больше численное значение пенетрации, тем мягче

смазка. Существует девять категорий – от 000 до 6:

– категории 000 и 00 являются полужидкими смазками, использующимися в качестве альтернативы маслам в механизмах и централизованных системах смазки с малым сечением подающих каналов (например, в двигателях современных грузовиков)



Для обозначения категорий смазок NLGI использует символ NLGI, который присваивается лишь смазкам наивысшей категории: GC, LB и GC-LB.

– 0 и 1 – категории для применения в главных централизованных системах смазки (например промышленное оборудование, грузовые автомобили)

– категории 2 и 3 используются в основном для смазки подшипников (заметим, что категория 2 наиболее распространена среди пластичных смазок для легкового транспорта);

– категории 4 и 6 представляют исключительно густые смазки и используются редко.

Помимо деления согласно показателю консистенции, NLGI разбивает смазки на категории качества. Для определения соответствия тому или иному классу помимо консистенции определяется температура каплепадения, а также стойкость к окислению и испарению, изменению консистенции, антикоррозионным свойствам, совместимости с эластомерами, низкотемпературный момент вращения и т.д. Рассмотрим представленные NLGI категории подробнее.

Смазки категории **NLGI LA** используются для элементов ходовой части и шарнирных соединений легковых автомобилей и других транспортных средств с легким режимом работы.

Требования к качеству: смазки должны удовлетворительно смазывать элементы ходовой части и шарнирные соединения при частой замене (в легковых автомобилях через каждые 3200 км или чаще). Они должны быть стойкими к окислению и изменению консистенции, а также беречь шарниры и другие элементы ходовой части от коррозии и износа в условиях малой нагрузки. Обычно рекомендуются смазки консистенции NLGI 2, но так же могут быть использованы смазки и других степеней NLGI.

Смазки категории **NLGI LB** используются для элементов ходовой части и шарнирных соединений легковых автомобилей, грузовиков и других транспортных средств, работающих в условиях как легкого, так и тяжелого режима. Тяжелым называется такой режим, когда большой интервал замены смазки, большие нагрузки, вибрации, воздействие воды или других загрязнений. Это смазки высшего качества для ходовой части. Требования к качеству: смазки дол-

жны удовлетворительно смазывать элементы ходовой части и шарнирные соединения при температуре от -40°C до +120°C при продленном интервале замены смазки (в легковых автомобилях более 3200 км). Смазки должны быть стойкими к окислению и изменению консистенции, а также охранять элементы ходовой части и шарниры от коррозии и износа, даже под воздействием грязи и больших нагрузок. Обычно рекомендуются смазки консистенции NLGI 2, но так же могут быть использованы смазки и других степеней NLGI.

Смазки категории **NLGI GA** используются для подшипников колес легковых автомобилей, грузовиков и других транспортных средств, работающих как в легком режиме при частой замене смазки в обычных условиях эксплуатации. Требования к качеству: Смазки должны удовлетворительно смазывать подшипники при ограниченной температуре от -20°C до +70°C. Дополнительных требований нет.



Смазки категории **NLGI GB** используются для подшипников колес легковых автомобилей, грузовиков и других транспортных средств, работающих как в легком, так и в умеренном режиме. Требования к качеству: смазки должны удовлетво-

Классификация смазок NLGI по консистенции

Класс	Диапазон пенетрации	Визуальная оценка консистенции
000	445-475	Очень мягкая, аналогичная очень вязкому маслу
00	400-430	Очень мягкая, аналогичная очень вязкому маслу
0	355-385	Мягкая
1	310-340	Мягкая
2	265-295	Вазелинообразная
3	220-250	Почти твердая
4	175-205	Твердая
5	130-160	Твердая
6	85-115	Очень твердая, мылообразная

рительно смазывать в широком интервале температур от -40°C до +120°C и даже до +160°C. Должны быть стойкими к окислению, испарению, изменению консистенции, хорошо защищать подшипники от коррозии и износа. Обычно рекомендуются смазки консистенции NLGI 2, но так же могут быть использованы и смазки других степеней NLGI – NLGI 1 и NLGI 3.

Смазки категории **NLGI GC** используются для подшипников колес легковых автомобилей, грузовиков и других транспортных средств, работающих как в легком, так и в тяжелом режиме. Тяжелый режим встречается в тех автомобилях, подшипники которых нагреваются до высокой температуры. Это транспортные средства с дисковыми тормозами, которые работают в «стоп-старт» режиме (автобусы, такси, городские полицейские автомобили и т.д.) или в режиме тяжелого торможения (буксировка, тяжелая езда в горах и т.д.). В настоящее время это смазки высшего качества для подшипников

колес. Требования к качеству: смазки должны удовлетворительно смазывать в широком интервале температур от -40°C до +160°C и даже до +200°C. Смазки должны быть стойкими к окислению, испарению, изменению консистенции, хорошо защищать подшипники от коррозии и износа. Обычно рекомендуются смазки консистенции NLGI 2, но так же могут быть использованы и смазки NLGI – NLGI 1 и NLGI 3.

Обозначения

Для обозначения категорий смазок NLGI использует символ NLGI, который присваивается лишь смазкам наивысшей категории: GC, LB и GC-LB. Смазки других категорий этим знаком не обозначаются, только на этикетке или в описании обычно указываются символы категории NLGI GA, NLGI GB, NLGI LA. В Европе американская система обозначения автомобильных смазок, основанная на назначении, используется редко, аналогичной европейской системы нет.

Новые лицензии ADDINOL

Получена лицензия **Porsche C30** на моторные масла ADDINOL Mega Light MV 0539 LE и ADDINOL Giga Light MV 0530 LL.

Синтетические высокотехнологичные масла легкого хода Mega Light MV 0539 LE и Giga Light MV 0530 LL - это универсальные продукты класса Low SAPS, разработанные специально для ультрасовременных бензиновых и дизельных двигателей с гибкой системой сервисного обслуживания и оснащенных фильтром тонкой очистки.

Таким образом, продукты Mega Light MV 0539 LE и Giga Light MV 0530 LL имеют самые важные лицензии ведущих фирм-изготовителей автомобилей и комплектного оборудования (OEM) в наивысшем классе мощности:

- Mega Light MV 0539 LE: VW 504 00 / 507 00; Porsche C30
- Giga Light MV 0530 LL: VW 504 00 / 507 00; BMW Longlife-04; MB 229.51; Porsche C30

Также компанией получена лицензия **BMW Longlife-01** на моторные масла ADDINOL Super Light MV 0546 и ADDINOL

ADDINOL®
THE ART OF OIL • SINCE 1936

Eco Light (вместо имевшейся ранее BMW Longlife-98).

В результате модификации и улучшения мощностных характеристик, направленных на выполнение моторными маслами новых требований ACEA A3/B4-08, касающихся улучшенной чистоты поршней и усиленной защиты от износа, в ходе дополнительных моторных испытаний была получена лицензия BMW Longlife-01.

Вместе с этой лицензией продукты Super Light MV 0546 и Eco Light теперь имеют самые важные лицензии ведущих фирм-изготовителей автомобилей и комплектного оборудования (OEM) в среднем классе мощности: VW 502 00/505 00; MB 229.3; BMW Longlife-01; Porsche A40; Renault RN0700/RN0710

www.addinol.ru, www.addinol.de

Откуда в кондиционере кислота?

Или зачем менять фильтр-осушитель



Очень часто вопросы, связанные с использованием компрессорного масла, вызывают много споров среди профессионалов. Но в результате этих споров появляется гораздо больше вопросов, чем ответов. Очень трудно заглянуть в нутро работающего автомобильного кондиционера, которое находится под высоким давлением, и понять, что там происходит на самом деле. Как правило, приходится иметь дело со следствием того или иного процесса, когда система уже загрязнена или вышла из строя.

В идеале, перед заправкой автомобильного кондиционера, должно производиться вакуумирование системы, в процессе которого из автомобильного кондиционера удаляется атмосферный воздух и влага. Во время работы система должна смазываться компрессорным маслом, а появляющаяся влага – поглощаться осушающими элементами аккумулятора-осушителя (АО) или ресивера-осушителя (РО). Естественно, при условии регулярного обслуживания или замены этих деталей в соответствии с рекомендациями производителя.

Но на практике так происходит

далеко не всегда. Очень часто приходилось наблюдать, как сотрудник того или иного автосервиса, после добавления масла в заправочный инжектор, забывает закрыть емкость с компрессорным маслом. Упуская из виду, что масло обладает высокой гигроскопичностью. Или клиент, приезжая на СТО, говорит о том, что производил ремонт своими силами и установил осушающий элемент (купленный за копейки на ближайшей разборке). И не желает слушать мастера, который начинает объяснять, что осушитель – это такой же фильтрующий элемент, как масляный и воздушный фильтры. И

что нельзя устанавливать в автомобиль «бэушные» фильтры, в том числе и осушитель, потому что он не будет задерживать влагу, имеющуюся в системе.

Мы провели простой тест, наглядно демонстрирующий происходящее в кондиционере, если влага вступает во взаимодействие с компрессорным маслом. Для теста выбрали PAG ISO 100 – полиалкиленгликолевое масло с вязкостью 100 единиц. Мы использовали его из новой, только что открытой упаковки. Для большей наглядности, добавили в воду небольшое количество пищевого красителя синего цвета, чтобы была лучше видна граница между маслом и водой.

PAG ISO 100 чаще всего используется для заправки автомобильных кондиционеров, которые работают с хладагентом R-134a. Масло очень гигроскопично, поэтому продается в металлических или пластиковых канистрах. Почему мы так часто акцентируем внимание на гигроскопичности масла (то есть способности впитывать влагу)? Потому, что это очень важно для понимания процессов, которые происходят в системе автомобильного кондиционера. При смешивании влаги с маслом и хладагентом происходит химическая реакция, в результате которой образуются сильные кислоты. В результате коррозии внутренних узлов (под воздействием образовавшихся кислот) от поверхностей металлических деталей автокондиционера отделяются мелкие частицы оксидов металлов, которые, циркулируя в системе, забивают ее, создают препятствие движению хладагента, выводят из строя компрессор. Внутренняя коррозия является причиной утечки в радиаторе кондиционера (конденсоре), испарителе, а также повреждения других металлических (алюминиевых) деталей.

А теперь перейдем непосредственно к нашему несложному эксперименту. На самом деле, мы сами были немало удивлены его ре-

зультатами. Напомним: мы взяли стандартную упаковку компрессорного масла PAG ISO 100, небольшую стеклянную банку, в которую налили обычную воду из-под крана. В нее для большей наглядности эксперимента было добавлено немного пищевого красителя синего цвета. Затем в воду просто добавили немного компрессорного масла. Результат был невероятный – масло смешалось с водой мгновенно! Затем мы закрыли банку крышкой и энергично встряхивали в течение 30 секунд (для того чтобы симитировать процессы, которые происходят в работающем автомобильном кондиционере). Потом оставили образец на 48 часов: разделение воды и масла не произошло, они так и остались смешанными. Конечно, у нас не было возможности полностью воспроизвести процессы, происходящие в автомобильном кондиционере, для этого понадобилось бы слишком сложное оборудование. Но даже наш простейший опыт наглядно демонстрирует, насколько хорошо, а главное, с какой поразительной скоростью масло реагирует с водой.

Если экстраполировать результаты нашего эксперимента на реальную систему кондиционирования, то без лишних слов станет понятно, насколько необходимо соблюдать правила обслуживания и эксплуатации. Необходимо беречь компрессорное масло от попадания в него влаги из атмосферного воздуха, правильно производить удаление воздуха и влаги в процессе вакуумирования системы перед заправкой. Кроме того, нужно своевременно производить замену осушающего элемента автомобильного кондиционера – ресивера или аккумулятора осушителя.

Как определить тип?

Для определения типа компрессорного масла лучше всего заглянуть в спецификацию производителя. Но случается, вы держите в руках компрессор без технической документации и трудно сказать, какой тип смазки находится внутри него. Некоторые компрессоры поставляются с минеральным маслом, другие – с полиалкиленгликолевым, третьи – с полиолэстеровым. Одни компрессоры приходят сухими, другие уже содержат необходи-

мое для работы количество компрессорного масла. Так что остается следовать нескольким простым правилам:

- если автомобильный кондиционер эксплуатируется с хладагентом R-12, то необходимо использовать минеральное компрессорное масло;

- если автомобиль 1993 года выпуска или старше, скорее всего, он также работает на R-12, поэтому необходимо использовать «минералку»;

- если автомобиль 1995 года выпуска или новее, то он заправлен на заводе-изготовителе хладагентом R-134a и полиалкиленгликолевым маслом (PAG). В 1994 году произошел переход с R-12 на R-134a, поэтому с конвейеров заводов сходили автомобили, автокондиционеры которых заправлялись как R-12 так и R-134a.

Если речь идет о системе, которая изначально была предназначена для работы с R-12, а затем подвергалась переделке под R-134a, то чаще всего профессионалы используют эстеровое масло (POE). Однако надо иметь в виду, что в систему после переделки может быть залито компрессорное масло PAG. Для полной уверенности стоит заглянуть под капот автомобиля и поискать наклейку, которую должны были оставить специалисты, производившие переделку системы.

После того, как вы разобрались с типом компрессорного масла (минеральное, POE или PAG), очень важно определить вязкость. Ранее с хладагентом R-12 использовалась компрессорное масло с одной степенью вязкости. После того, как в индустрии автомобильных кондиционеров стал применяться хладагент R-134a, синтетические масла PAG и POE, которые используются вместе с этим хладагентом, были стандартизированы Международной организацией по стандартизации ISO (International Organization for Standardization). Наиболее популярная вязкость POE – ISO 100. Компрессорные масла PAG представлены тремя видами вязкости – 46, 100, 150. В каждом конкретном случае, в зависимости от производителя автомобиля, в кондиционерах может применяться PAG различной степени вязкости. Если нет информации, какое ком-



Даже простейший опыт наглядно демонстрирует, насколько хорошо, а главное, с какой поразительной скоростью компрессорное масло реагирует с водой.

прессорное масло залито в данный автомобильный кондиционер, то некоторые специалисты заправляют PAG масло с вязкостью ISO 100 во все устройства, работающие на R-134a независимо, от производителя. Это масло обладает универсальной вязкостью и может использоваться, если на складе нет необходимого масла.

Когда проводится общий ремонт автомобильного кондиционера или неизвестно общее количество смазки в системе, рекомендуется произвести промывку. Эта процедура позволяет быть уверенным в том, что система свободна не только от механических загрязнений но и от старой смазки. После завершения ремонта можно добавить ровно столько компрессорного масла, сколько необходимо. При добавлении рекомендуется половину общего количества масла залить в компрессор, а оставшуюся часть поместить в аккумулятор-осушитель (АО) или ресивер-осушитель (РО). Например, если общее количество компрессорного масла, которое должно быть в системе – 240 мл, то 120 мл рекомендуется залить в компрессор, остальное – в РО или АО. Такая схема даст гарантию, что при включении кондиционера компрессор не будет запущен «на сухую», а остальное компрессорное масло распределится по всей системе.

По материалам www.nrf.ru

Рынок масел: финский ракурс



Высокое качество – вот главная отличительная черта продукции, производимой в Финляндии. За что бы ни взялись жители этой славной страны, в результате их работы вы можете быть уверены. Он удовлетворит самых требовательных критиков. Без сомнения, рынок Финляндии является одним из наиболее консервативных и ориентированных на предоставление качественных услуг. Не исключение в вопросах качества и рынок масел, отличающийся абсолютной беспристрастностью по отношению к потребителю. Достойным продолжателем национальных традиций является один из крупнейших операторов рынка масел и нефтепродуктов Финляндии – компания Teboil, хорошо известная нашим потребителям. Об особенностях финского рынка масел и стратегии компании на украинском рынке нам удалось побеседовать с директором по экспорту Oy Teboil Ab Юрием Тюриным.

– Многим знаком улыбчивый финский парень с канистрой масла Teboil в руках. Однако немногие знают, что представляет собой сегодня эта финская компания и какое место занимает у себя на родине и в Европе...

– Компания Teboil существует с 1934 года, поэтому хорошо известна как в Финляндии, так и за ее пределами. У себя на родине она является одним из крупнейших производителей масел с долей рынка около 25%, опережая даже государственный гигант «Фортум» (Neste Oil). Кстати, Teboil старше последнего и заслуженно пользуется репутацией производителя с традициями.

Что касается истории производства масел, оно началось в 60-х годах (до того продукция под брендом Teboil производилась на заказ другими предприятиями). Тогда был построен первый завод масел, который просуществовал до 1992 года – до строительства крупного завода в городе Хамина недалеко от российско-финской границы. Его можно считать наиболее молодым предприятием в Европе, поскольку с тех пор заводы по производству масел не строились. Большая часть всех видов работ на производстве автоматизирована, техника и технология признаны одними из наиболее современных в Европе, на заводе работает всего 42 человека.

– А в мире существуют заводы, построенные позднее?

– В Европе мне не известны случаи, чтобы позднее 1992 года был запущен такой же крупный завод.

– Существование в условиях определенного рынка накладывает отпечаток на деятельность любой организации. Как влияют национальные особенности рынка Финляндии на работу компании Teboil?

– Всем известен тот факт, что многие производители выпускают специальные версии продукта для отдельных рынков с учетом ценовых, климатических и других особенностей (включая разрешения на отступление от норм качества). Но если вы покупаете масло финского производства Teboil, будьте уверены – продукт разработан финскими специалистами для весьма притязательного финского потребителя. И нет никаких других вариантов. Мы не собира-

емя изменять национальным традициям. Наверное, это – основное отличие.

– Как бы Вы охарактеризовали финский и в целом европейский масляный рынок с точки зрения конкуренции между производителями?

– В последнее время условия, в которых вынуждены функционировать компании, сильно ожесточились. Первоочередную роль играет заметный рост цен на сырье, базовые масла, присадки. Ситуация не позволяет «случайным игрокам» и сомнительным брендам надолго оставаться на рынке. Да и общая ориентация потребителей на качественный сервис служит своеобразным «фильтром» для желающих предоставлять услуги.

К тому же Европа на каком-то этапе столкнулась с перенасыщением производства масел, и именно по этой причине с тех пор заводы уже не строят, а некоторые даже закрываются. Не секрет, что на территории Финляндии существуют четыре крупных центра по производству масел (Mobil, Shell, Teboil, Neste). Эти компании и делят финский рынок приблизительно на 4 части (по 25% каждая). Все эти масла широко представлены в Финляндии и занимают одну ценовую нишу. То есть относятся к высшей категории качества. Вообще, отличительная особенность Финляндии – отсутствие некачественных продуктов как таковых.

Мы считаем, что перспективы развития Teboil в Финляндии высоки, так же как и продвижение на других рынках в связи с тем, что производство масел будет специализироваться, снижая тем самым конкуренцию.

– Выходит, в Финляндии нет случайных брендов?

– Нет, случайные бренды туда не попадают, потому что рынок очень консервативный и люди нацелены исключительно на качественное обслуживание. Финны тем и славны, что они производят добротные понятные вещи. Может, без фантазии, итальянской изюминки, но по качеству они превосходят другие бренды и товары.

– Наличие нефтедобычи – серьезное преимущество для компании. Как Teboil решает проблему отсутствия собственного сырья?

– Бесспорно, возможность проконтролировать путь, который проходит продукция от скважины до фасовки – огромный плюс для производителя. У нас нет своих скважин, но качество масел Teboil обеспечивают лучшие поставщики сырья, в которых не приходится сомневаться.

– Как развивается дистрибуция ваших масел на территории бывшего СССР?

– Исторически наша компания тесно связа-



на с потреблением на территории бывшего Советского Союза. Мы являлись единственным иностранным производителем, представленным в Союзе. Некоторое время поставки масел Teboil обеспечивал «Союзнефтеэкспорт», в основном это были масла судового и наливной группы. Российская промышленность всегда тяготела именно к финским маслам, которые обеспечивают нормальную работу механизмов в непростых климатических условиях. В 70-х годах весь российский флот, в том числе арктический, использовал наши масла.

Россия и на сегодняшний день остается наиболее крупным импортером. Характерная особенность отношений с этим рынком – ориентация на промышленных корпоративных клиентов. В промышленной группе масел мы входим в тройку лидеров. В меньшей степени мы представлены в программе развития фасовки. Потому что это направление в России у нас сравнительно новое; оно требует особой рекламы, особого подхода.

В планах также – расширение деятельности, увеличение доли на близлежащих рынках. Приоритетными для нас являются рынки России, Прибалтики, Украины, Беларуси. В настоящее время хорошо освоены рынки Эстонии, северной части России (Карелия, Якутия, Мурманская область).

Еще раз подчеркиваю, что Teboil не производит масла специально для какого-то рынка, не делает различия в качестве для разных стран. Если качество – то везде финское качество.

В Украине дистрибьюторская сеть Teboil существует с 2001 года. Несмотря на позитивную динамику и рост объема продаж, это рынок все еще остается рынком перспектив, требующим особого внимания. Тут приоритетными направлениями для компании являются грузовая тематика, промышленные предприятия, станции технического обслуживания. Впрочем, в профессиональной среде масла Teboil уже хорошо известны.

– Какой ассортимент вы можете сегодня предложить своим потребителям и каким образом поддерживаете корпоративных клиентов и дистрибьюторов?

– У нас очень широкая гамма товаров, рассчитанная на любую технику, на любого потребителя. Выпускается около 250 наименований продукции: моторные масла, трансмиссионные, гидравлические, судовые, большая индустриальная группа. Есть и смазки, и автокосметика, и автохимия. Все это присутствует в нашей номенклатуре, поэтому линейка очень широкая, одна из самых современных. В ближайшее время свои последние наработки мы будем предлагать и на украинском рынке. Этот рынок быстро растет, имеет хорошие перспективы, и мы видим свое место здесь. Для крупных потребителей Teboil готов производить масла специально по их рецептуре (под их брендами). Всем клиентам оказывается всесторонняя техническая поддержка: проводятся исследования отработанных масел, подбираются аналоги с учетом особенностей оборудования; даются квалифицированные рекомендации по эксплуатации техники и замене масла. Регулярно Teboil приглашает специалистов на свои технические семинары.

Конечно, в Украине мы бы хотели выстроить свои правила игры, аналогичные правилам в других странах: дистрибьютор ориентирован на увеличение объема – чем больше он продает, тем большей поддержкой пользуется. На сегодняшний день хорошую динамику показывает компания «Росэкспорт», постоянно увеличивая объемы продаж. Искусственно ограничивать количество дистрибьюторов – не в правилах европейских компаний, но и наращивать их число сверх оптимального тоже не будем. Мы приглашаем к сотрудничеству, а наша поддержка компании прямо пропорциональна результатам ее работы.

Беседовал Александр Кельм

Советы экспертов

Выбираем масла и жидкости для холодов

Поздняя осень и зима – это период, когда Ваш автомобиль требует повышенного внимания и особого ухода. Для холодного времени года важно правильно выбрать масло, которое обеспечит безотказную работу двигателя. Качество технических жидкостей, которые Вы используете в осенне-зимний период, также должно быть на высоте.

Масла

Перед зимой специалисты рекомендуют по возможности залить свежее масло, даже если по пробегу до очередного ТО Вы не «дотягиваете» тысячу-другую километров.

Ведь двигателю предстоит работать в гораздо более сложных условиях, чем в теплое время года. По оценкам экспертов, 80% износа двигателя происходит в момент холодного пуска. И чем ниже температура застывания масла, тем быстрее начинается процесс смазывания двигателя при пуске в условиях низких температур. При этом очень важно,

чтобы фактическая температура застывания соответствовала той, которая заявлена в спецификации на масло, иначе не избежать проблем.

Идеальные смазочные материалы – те, которые разрабатываются и испытываются в жестких погодных условиях. Один из лучших «полигонов» для испытаний масел – Финляндия, где зимой температура может опускаться до -50°C, а летом – подниматься до +30°C.

Испытанные суровым климатом Финляндии, масла Neste Oil отлично подходят как для использования жарким летом, так и в зимние холода. Они



полностью соответствуют заявленным параметрам, и автовладелец может не беспокоиться за машину: низкая температура застывания Neste Oil обеспечивает отличное смазывание двигателя даже в самую лютую стужу. Благодаря уникальным технологиям масла Neste Oil обеспечивают чистоту двигателя и наилучшую защиту от износа, продленные периоды замены масла и экономию топлива.

Обозначение	Спецификации	Температура застывания	Описание
Моторные масла для легковых автомобилей			
Полностью синтетические			
NESTE CityPro 0W-40	SAE 0W-40 ACEA A3, B3 API SJ/CF (также SH/CF/EC II) VW 500.00/505.00, VW 502 00, MB 229.1	-51	Подходит для всех современных бензиновых и дизельных двигателей легковых автомобилей и микроавтобусов, разработано специально для холодных условий
NESTE CityPro 5W-40	SAE 5W-40 API SM, SL, SJ/CF ACEA A3/B3, A3/B4 ACEA C3 MB 229.31 VW 502.00/505.00 BMW Long Life-04 Porsche	-51	Масло нового поколения. При его разработке приняты во внимание специальные требования новейших усовершенствованных конструкций легковых двигателей, специальные требования устройств дополнительной обработки выхлопных газов, а также новейшие более жесткие требования по качеству новых классов API SM, ACEA C3. Рекомендуется использовать круглый год в любых условиях, в бензиновых и дизельных двигателях л/а, с турбонаддувом и без. Превышает новейшие требования по качеству большинства изготовителей автомобилей, но его также можно использовать и в более старых двигателях.

Обозначение	Спецификации	Температура застывания	Описание
NESTE CityPro W LongLife III 5W-30	SAE 5W-30 VW 504.00 и 507.00 ACEA A3/B4 MB 229.51	-39	Разработано специально для систем LongLife Service легковых автомобилей бензиновых и дизельных двигателей VW, Audi, Skoda и Seat имеющих требования продленных промежутков замены масла. Особенно рекомендуется для автомобилей, в которых используется фильтр твердых частиц выхлопа дизельных двигателей. Требование для масла для дизельных двигателей - VW 507.00. Требование для масла для бензиновых двигателей VW 504.00. Это масло для продленных диапазонов замены, которое заменяет все масла концерна VW, отвечающие требованиям 503.00/506.00 LongLife I. Также заменяет масла, отвечающие требованиям VW 503.00/506.01 LongLife II, за исключением двигателей V10 и R5, которые требуют использования масла 506.01.
NESTE CityPro LL 5W30	SAE 5W-30 GM-LL-A-025 (бензиновые двигатели) GM-LL-B-025 (дизельные двигатели) ACEA A3, B3, B4 API SL, SJ/CF VW 502.00/505.00, MB 229.3, BMW Longlife-01	-42	Полностью синтетическое моторное масло для удлинённых интервалов замены масла, специально разработанное для бензиновых и дизельных двигателей нового поколения Opel и Saab концерна General Motors, оснащённых ECO-Flex System, в которых требованиями являются GM-LL-A-025 или B-025. Подходит также и для других бензиновых и дизельных двигателей л/а и м/а, отвечающих классам по API SL, SJ/CF и ACEA A3, B3, B4. Выполняет требования для моторного масла Mercedes Benz, Volkswagen и BMW.
Синтетические			
NESTE City Standard 5W-30	SAE 5W-30 API SJ ACEA A1, B1 ILSAC GF-2 Ford WSS- M2C 913-B, M2C 913-A, M2C 912-A1	-39	Маловязкое синтетическое моторное масло, соответствующее требованиям к качеству двигателей современных легковых автомобилей с малым выбросом и малым трением. Особенно подходит для современных двигателей Ford, для которых рекомендуется масло, отвечающее спецификации M2C 913-B, M2C 913-A либо M2C 912-A1. Рекомендуется использовать для л/а и м/а с бензиновыми и дизельными двигателями, для которых требуется масло с малым трением и низкой вязкостью.
NESTE City Standard 5W-40	SAE 5W-40 API SJ/CF ACEA A3, B3, B4 VW 500.00/505.00/505.01 MB 229.1	-45	Единственное из масел Neste Oil, удовлетворяющее требованиям VW 505.01, необходимым для TDI дизельных двигателей 2000 и новее марок с прямым впрыскиванием (115 л.с.). Рекомендуется использовать круглый год для л/а и м/а с бензиновыми и дизельными двигателями, с турбонаддувом и без. Особенно подходит для автомобилей с катализатором, турбо- и многоклапанных двигателей.
NESTE City Standard 10W-40	SAE 10W-40 API SL, SJ/CF ACEA A3, B3, B4 VW 502.00/505.00 MB 229.1	-42	Синтетическое моторное масло, при разработке которого приняты во внимание современные требования к качеству двигателей и автомобилей. Особенно подходит для автомобилей с катализатором, турбо- и многоклапанных двигателей.
Полусинтетические			
NESTE PREMIUM 10W-40	SAE 10W-40 API SJ/CF ACEA A3, B3	-39	Моторное масло для бензиновых и дизельных двигателей для круглогодичного использования. Обладает превосходной хладостойкостью, и процесс смазывания начинается незамедлительно.
Моторные масла для грузовых автомобилей			
Полусинтетические			
NESTE Turbo LXE 10W-30	API CI-4, CH-4, CG-4, CF-4, CF ACEA E7, E5, E3, B3, B4 VOLVO VDS-2 MACK EO-M Plus CUMMINS CES 20,071/-2/-6/-7/-8 MAN 3275, MB 228.3 RENAULT R.V.I. RLD, RD-2 Caterpillar ECF-2, ECF-1-a ALLISON C4 CATERPILLAR TO-2	-42	Специально разработано для тяжелого транспорта. Успешно применяется в дизельных двигателях грузовиков и автобусов высокой мощности, дизелях рабочих машин, легковых автомобилей и взнов. Выполняет требования для двигателей Соответствует требованиям для длительных диапазонов замены масел Volvo и Scania.

Обозначение	Спецификации	Температура застывания	Описание
NESTE Turbo LXE 10W-40	API CI-4, CH-4, CG-4, CF-4 / SL ; ACEA E7/E5/E3, B3/B4, A3 MB 228.3, 229.1 Volvo VDS-3, Volvo VDS-2 MAN M 3275, Mack EO-M Plus, Cummins CES 20,071/-2/-6/-7/-8 Renault RVI RLD, RLD-2 Global DHD-1 Caterpillar ECF-2, ECF-1-a MTU Type 2 Allison C4, Caterpillar TO-2	-42	Применяется в дизельных двигателях грузовиков и автобусов высокой мощности, дизелях рабочих машин, бензиновых и дизельных двигателях легковых автомобилей и вэнов. Выполняет требования Euro 3, Euro 4 и EGR (рециркуляция выхлопных газов). Соответствует требованиям для длительных диапазонов замены масел Volvo, Scania и MB, отвечают новейшим требованиям Sisu и двигателей Cummins, Mack, Renault.
NESTE Turbo Super 10W-40	SAE 10W-40 Превышает требования API CE/CFii ACEA E4 MB 228.5, VOLVO VDS-2, MAN M3277, Scania LDF, MTU Type 3	-33	Специальное синтетическое масло для высокомоментных дизельных двигателей, с длительным сроком замены масел. Рекомендуется использовать для дизельных двигателей грузовых автомобилей, выполняющих требования Euro 2 и Euro 3, а также в других дизелях. Это масло не рекомендуется использовать в карбюраторных двигателях.

Технические жидкости

Гарантия отсутствия неприятностей в дороге – использование не только качественного масла, но и оригинальных технических жидкостей. Последствия от применения дешевых заменителей автохимии могут быть очень серьезными, в особенности зимой.

В линейке Neste Oil автолюбитель может



выбрать высококачественные технические жидкости – антифризы и стеклоомывающие средства. Стоит отметить, что охлаждающие жидкости Neste Oil производятся на основе этилен- или пропиленгликоля, обеспечивают отличную защиту от замерзания, а сочетание различных добавок предохраняет материалы системы от коррозии.

Вид жидкости	Наименование	Свойства
Концентрат антифриза	NESTE Jaahdytinneste	Содержит современные присадки, противодействующие коррозии и обеспечивающие надежную защиту двигателя и охлаждающей системы от замерзания. Экономичный в использовании продукт для бензиновых и дизельных двигателей. Соответствие международным стандартам: BS 6580:1992, Afnor R15-601, ASTM D 3306.
Концентрат антифриза	NESTE Super Jaahdytinneste	По техническим характеристикам: противодействие коррозии, перенос тепла и срок использования, - относится к высшему классу. Хорошая морозостойкость вместе с высокой точкой закипания защищает двигатель как при очень низких, так и при высоких температурах. Благодаря запатентованным присадкам нового типа, достигается высококлассная защита от коррозии. Соответствие международным стандартам: BS 6580:1992, Afnor R15-601, ASTM D 3306/4340, ASTM D 4656/4985, NATO S-759, Onorm V5123, SAE J1034 AUDI/VW G 12, G 12+, BMV/ROVER, DAF/LEYLAND, DAIMLER/CHRYSLER, DETROIT DIESEL, DEUTZ, FORD WSS-M97B44-D, HONDA, JAGUAR, KOMATSU, MACK, MAN, OPEL, RENAULT, SAAB, SCANIA TB 1451, SEAT, STEYR, SUZUKI, SKODA.
Жидкость стеклоомывающая всесезонная	NESTE Voltera Citrus	Эффективно удаляет дорожную грязь и насекомых с ветрового стекла, не оставляя мутную пленку на поверхности. Предотвращает замерзание мойки системы зимой (температура замерзания концентрата - 39°C).
Жидкость стеклоомывающая всесезонная	NESTE Voltera Strong	Предназначена для очистки ветровых стёкол в самых требовательных условиях. Эффективно удаляет дорожную грязь и насекомых с ветрового стекла, не оставляя пленку на поверхности. Температура замерзания концентрата: около -70°C.
Жидкость стеклоомывающая всесезонная	NESTE Windscreen Cleaner Lemon	Предотвращает замерзание мойки системы, защищает щётки и удаляет плёнку с ветрового стекла. Не пенится. Морозостойкость неразбавленного концентрата -32°C.

Продукция Neste Oil более 10 лет успешно используется в Украине и заслужила высокое доверие как автолюбителей, так и профессионалов автобизнеса.

ООО «Компания «Агро-Союз» – единственный официальный дистрибьютор продукции **Neste Oil** в Украине
тел. (0562) 31-14-73, 0-800-50-2476, e-mail: dnv@agro.dp.ua, www.agrosoyuz.ua

LOTOS – безграничная защита



Компания LOTOS Oil S.A. – это польское акционерное общество, которое входит в состав Группы LOTOS с солидной позицией на рынке Центральной Европы, имеющий в своем предложении широкий спектр продуктов, которые создаются в результате переработки нефти.

Одним из основных видов деятельности фирмы является производство и дистрибуция смазочных средств: автомобильных и промышленных масел, смазок и базовых масел, а также дистрибуция средств автомобильной косметики и химии.

В чем же привлекательность польского производителя масел? На сегодняшний день в ассортименте продукции, выпускаемой компанией LOTOS Oil S.A., более 150 наименований смазочных материалов, что позволяет удовлетворить широкий круг потребителей. В группе смазочных материалов присутствуют: автомобильные и промышленные масла, смазки и базовые масла, а также средства авто-

мобильной косметики и химии.

В результате более 30-летнего опыта компаний LOTOS Oil S.A. было создано семейство моторных масел, которые с точки зрения своих параметров значительно превышают требования большинства мировых производителей автомобилей: Mercedes-Benz, Volkswagen, Volvo, MAN и др. Об этом свидетельствуют допуски MB 229.1/229.3 VW 502.00/505.00 и одобрения классификаций API и ACEA. Система управления качеством на предприятии сертифицирована по стандартам ISO 9001:2000. LOTOS Oil имеет в своем арсенале сертификат AQAP 2110:2006, который позволяет компании поставлять продукцию любому члену НАТО без каких-либо дополнительных проверок. Ко всему этому в 2004 и 2005 году масло LOTOS было удостоено звания «Европродукт года». В 2007 году специально для автомобилей KIA специалистами компании LOTOS Oil SA была разработана линейка моторных масел.

И основной особенностью масел компании LOTOS Oil S.A. является тщательно подобранная формула Thermal Control, которая действует таким образом, чтобы обеспечить полную защиту двигателя еще в момент поворота ключа зажигания. Масло немедленно попадает в те места, на которые приходится наибольшая термическая нагрузка, обеспечивая, независимо от времени года и условий эксплуатации, активную защиту его элементов, наиболее подверженных перегрузке или износу.

Масла LOTOS с формулой Thermal Control – это не только эффективное снижение количества тепла, образующегося в результате трения задействованных элементов двигателя, но и намного более эффективный отвод излишней температуры при одновременном сохранении оптимального смазывания, и гарантия продленной работы двигателя и сохранения его полной отдачи и мощности в течение всего периода эксплуатации.

Весь ассортимент предлагаемых минеральных, полусинтетических и синтетических масел LOTOS с формулой Thermal Control позволяет покрыть весь широкий спектр бензиновых и дизельных двигателей.

Моторные масла LOTOS позволяют соблюдать требования по удлинённым интервалам замены масла, способствующие продлению работоспособности двигателя.

Отличительная черта продуктов LOTOS с формулой Thermal Control:

- Рецептура масел семейства LOTOS Thermal Control разработана совместно с ведущими производителями автомобильных присадок.
- Защита двигателя от износа с момента поворота ключа.
- Эффективное снижение количества тепла, образующегося в результате трения задействованных элементов двигателя.
- Прежде чем масла поступили в продажу, они успешно прошли многочисленные испытания в процессе эксплуатации двигателя в движении и на испытательных установках.
- В процессе производства используются наилучшие базовые масла и присадки, качество которых постоянно контролируется.
- Забота о том, чтобы весь производственный процесс и конечная продукция соответствовали жестким требованиям международных норм качества ISO и AQAP.
- Качество работы лаборатории подвергается постоянному контролю.
- Результатом работы по обеспечению наивысших параметров эксплуатации масел LOTOS Thermal Control являются технические допуски ведущих мировых автомобильных концернов.

Благодаря маслам LOTOS Thermal Control любой автомобиль будет работать точно и надежно даже в экстремальных условиях эксплуатации.

**Оригинал
АВТО**

ЧП «Оригинал Авто» –

официальный дистрибьютор торговой марки **LOTOS** на юге Украины
г. Херсон, ул. 23-я Восточная, 31
тел: (0552) 32-75-00
www.lotos.pl/oil/ru
www.original-avto.com.ua

Пожизненная гарантия на инструмент: мифы и реальность



Реклама – двигатель торговли. И, чтобы эту торговлю двигать, производители идут на всевозможные рекламные ухищрения. К ним-то и относится пожизненная гарантия на инструмент. Она призвана вселить в покупателя уверенность, что, однажды купив инструмент с такой гарантией, он раз и навсегда избавляет себя от необходимости когда-либо снова покупать аналогичный инструмент. Вот тут-то покупателя и может ждать подвох.

Миф 1. Пожизненная гарантия – это гарантия обмена сломавшегося в ходе эксплуатации инструмента на новый. Хорошо было бы покупателю, если бы это было так. Обычно под громким названием «пожизненной гарантии» прячется самое обычное, закрепленное в Законе о защите прав потребителей,

право покупателя на обмен или возврат некачественной продукции. То есть, если в ходе эксплуатации инструмента открылся какой-либо заводской брак или дефект, например, раковина в металле, то вы смело идете в магазин и меняете сломанный или дефектный товар. Но если поломка связана с нарушением правил экс-

плуатации инструмента, то будьте уверены, что инструмент вам не обменяют. Покупателю всегда нужно помнить, что ни одна фирма-производитель или фирма-продавец не возьмется менять, скажем, вороток, если на нем остались следы от трубы, которой удлиняли рычаг, так как при этом многократно увеличиваются нагрузки, на которые данный инструмент был рассчитан. Или разорванную торцевую головку, если по следам работы видно, что ее неровно одевали на гайку или вообще работали ею, используя ударный инструмент.

Миф 2. Пожизненная гарантия распространяется на весь инструмент производителя, заявившего о такой гарантии. Сразу скажу – ограничения есть. И их бывает настолько много, что покупатели часто задают вопрос, а на что тогда эта пожизненная гарантия распространяется? Жму плечами. Надо отметить, что понятие «пожизненная гарантия» в нашем законодательстве не раскрывается, поэтому каждый производитель дописывает ограничения на свое усмотрение. Так вот гарантия не распространяется:

- на повреждения, возникшие в результате естественного износа, плохого ухода, неправильного использования, грубого обращения, перегрузок, так как они не свидетельствуют о наличии заводского брака и нарушении технологии в изготовлении;

- на расходные материалы, к которым относятся биты, любой режущий и резьбонарезной инструмент, гибкие удлинители, ударный инструмент, уменьшающие пере-

ходники, инструмент облегченной конструкции (тонкостенный, качающийся), калибровочный механизм динамометрических ключей, трещоточные ключи, так как в силу своих конструктивных особенностей при работе имеют повышенный износ и, как следствие, сокращенный срок службы;

– на «чистоту» губок и режущих частей шарнирно-губцевого инструмента.

Миф 3. Пожизненная гарантия – непререкаемый признак высокого качества инструмента. Это, скорее всего, так. Но давайте не будем забывать, что это все-таки, в первую очередь, рекламный ход. Представьте, появилась на рынке новая, пока никому не известная марка инструмента. Ей еще только предстоит доказать покупателям надежность и качество своей продукции. Пожизненная гарантия – весьма удачный инструмент для формирования ре-

путации на новом рынке.

Торговая марка инструмента «АРСЕНАЛ», например, так раскрывает для покупателей заявленную пожизненную гарантию. «АРСЕНАЛ» обязуется поддерживать ее только «при условии эксплуатации инструмента согласно его прямому назначению и руководствуясь здравым смыслом». А также уточняет, что «для работы с механизированными приводами инструмент не предназначен». А обмену подлежит только инструмент, сломавшийся по независящим от покупателя причинам, то есть в случае заводского брака.

Вот и получается, что условия пожизненной гарантии таковы, что назвать ее реальной не поворачивается язык. Нет в ней ничего выдающегося и дающего преимущества перед инструментом, который о такой гарантии не заявляет. Пожизненная гарантия – это обещание производителя поменять бракованный товар. И только.



Пожизненная гарантия - это, по сути, расширенная гарантия на заводской брак, умело примененная маркетологами. Ведь практически все примеры предметов с пожизненной гарантией построены на продаже имени, а не свойств.

А вот – информация к размышлению – далеко не все европейские производители инструмента дают пожизненную гарантию на свою продукцию. При этом в качестве этой продукции никто не сомневается. Так, к примеру, у немецких Rems и Rothenberger гарантия на любой инструмент не превышает года. Видимо, европейский потребитель уже принял, как данность, что инструмент бывает надежным, но вот вечным нет.

avtomaster29.ru

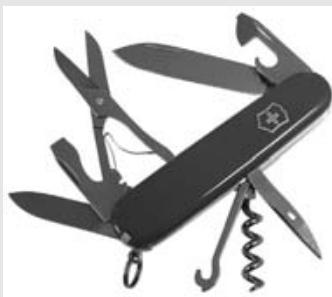
Предметы с пожизненной гарантией

1. Часы Patek Philippe

Известные своей пожизненной гарантией швейцарские часы Patek Philippe на самом деле такой гарантии не имеют. В настоящее время заводская гарантия на устранение дефектов действует в течение двух лет.

2. Складные ножи Victorinox и Wenger

С 1908 года на швейцарских ножах официально разрешено использовать государственную символику – крест на щите.



Хотя... поначалу армия Швейцарии закупала ножи в Германии, придумавшей классический «армейский нож» – большое лезвие, отвертка, открывалка и шило. Лишь после того, как фирма Victorinox выпустила модель

№.205 – офицерский спортивный нож – военные стали предпочитать отечественный продукт. Говорят, не в последнюю очередь потому, что в ножах Victorinox появился штопор.

3. Посуда Zepter

Пожизненной гарантией снабжена и посуда Zepter. Миска за 100, кастрюля за 463 и садовый гриль за 1.166 – все это, говорят, может служить нам до конца дней. Причем готовить в такой посуде можно без масла и воды. Секрет вроде бы в материале, из которого ее изготавливают, – это сверхпрочная хромоникелевая сталь. Еще у посуды Zepter термоаккумулирующее дно, которое долго сохраняет тепло и очень

быстро нагревается, при этом стенки греются заметно медленнее, а ручки вообще остаются холодными.

4. Зажигалка Zippo

Уникальная зажигалка конструкции Джорджа Блейсделла прошла с американскими солдатами Вторую мировую войну и Вьетнам. Сейчас знаменитый звук открывающейся Zippo можно услышать в Ираке и Афганистане. Кстати, звук этот запатентован, и в свое время именно он дал название зажигалке. Говорят, Zippo можно заправлять всем, что горит, она не гаснет ни в дождь, ни в ураган. Матовая Zippo не пускает бликов (враг не увидит), а в блестящую Zippo можно глядеться, бреясь на привале.



5. Ручки Parker

Пером ручки модели Parker 51 была поставлена точка во Второй мировой войне (подписан договор о капитуляции Германии). Другой Parker – серии Duo-fold – участвовал в капитуляции Японии, а Parker 51 Flighter pen зафиксировал перемирие в Корее. Перьями Parker писали свои произведения композитор Джакомо Пуччини и писатель Артур Конан Дойл, правда, тогда фирма еще не давала на свою продукцию пожизненной гарантии. Вечную жизнь ручки Parker стали гарантировать с 1926 года, когда в конструкции начали использовать сверхпрочный пластик.

Эксплуатация балансировочных станков



Если балансировочный станок начинает безбожно «врать» – грош цена вашей работе. Ведь точность измерений – главная характеристика, за которую клиент и платит деньги, заказывая балансировку колес. Какие же требования производителей в отношении эксплуатации станков являются критическими и как распознать неисправности?

Экономия при покупке

Начнем с выбора оборудования, ведь именно в этот момент может быть заложено несоответствие желаний и возможностей, которое в дальнейшем приводит к нарушению условий эксплуатации станка.

Как правило, большинство моделей отличаются разве что дополнительными сервисными функциями и степенью автоматизации. Дополнительные функции расширяют возможности станка, а также упрощают и ускоряют работу мастера. Однако балансировочные станки начального уровня, как правило, не позволяют работать с литыми или коваными дисками. И, несмотря на то, что конструкция литых и штампованных дисков сильно отли-

чается (а значит, и методы их балансировки имеют существенные отличия), многие мастера не учитывают этот немаловажный факт. А ведь балансировка штампованных и литых дисков просто-таки требует применения специальных грузов для каждого из типов колес. Установка «грузика» для штампованных дисков (с крепежной скобой) на литой может, во-первых, привести к повреждению ЛКМ, а во-вторых – спровоцировать коррозию в местах соприкосновения разных металлов. Таким образом, правильное применение аксессуаров, которые входят в стандартный комплект поставки, даже не обсуждается. Они разрабатываются с учетом именно конкретной модификации станка, а широкий ассортимент дополнительных аксессуаров повышают функциональность и увеличивают спектр выполняемых на станке работ.

Еще один существенный аспект, который следует учитывать при выборе оборудования, – место, где будет стоять балансировочный станок. Если вы планируете работать на нем вне зоны досягаемости клиента, то, скорее всего, не имеет смысла покупать модель с ЖК-монитором. Скорее всего, вам будет достаточно стандартного дисплея. Если же оборудование планируется установить в зоне доступа клиента, то преимущество большого монитора в плане визуализации информации для клиента очевидно.

Жили они долго и счастливо...

Срок эксплуатации любого балансировочного станка превышает гарантийный в несколько раз, при этом стабильность и точность работы этого высокоточного оборудования целиком и полностью зависят от условий эксплуатации. Вряд ли вы найдете существенные конструктивные отличия между моделями разных производителей. Все они, так или иначе, схожи, довольно просты и для поддержания работоспособности требуют лишь одного – четкого соблюдения инструкции по эксплуатации, разработанной производителем.

Балансировочные станки, на самом деле, практически не нуждаются в обслуживании, требуя лишь регулярной калибровки. Как часто – вопрос открытый, поскольку не существует четких требований на этот счет. Сроки зависят от условий эксплуатации и нагрузки на оборудование. Если вы бережно относитесь к станку, то, возможно, даже при интенсивной работе калибровка не понадобится в течение пяти лет. В противном случае он может выйти из строя буквально в любой момент, ведь когда имеет место «человеческий фактор», говорить о гарантированном сроке точной работы крайне сложно.

Вариантов проверки станка на точность два. Первый и самый простой: сразу после покупки станка вы создаете собственный «эталон» – правильно отбалансированное колесо размерностью 14-15", выведенное «в ноль». Соответственно, в случае сомнений в точности работы станка вы в любой момент при помощи своего «эталона» сможете сверить показания станка с заведомо верными.



При скачках напряжения в сети есть риск выхода из строя предохранителей, блока питания, а в худшем случае - электронной платы. Покупка самого простого стабилизатора сводит на нет этот риск.

Признаки раскалибровки обычно выражаются в том, что после балансировки колеса с навешиванием грузов и дополнительного тестового прогона стенд снова показывает сильный дисбаланс. В этом случае обязательно нужно проверить его на точность. На эталонное колесо в произвольном месте навешивается калибровочный груз весом 100 г, который всегда поставляется в комплекте со станком. Далее колесо тестируется на стенде, и если суммарный показатель дисбаланса имеет сильные отклонения, выходящие за пределы $100 \text{ г} \pm 2\%$, появляется повод для

того, чтобы обратиться в сервисный центр.

Второй вариант проверки – обращение в сервисный центр, где специалисты с помощью сервисных программ настроят датчики и устранят неисправности. Практически все последние модели оснащены тестовыми программами самодиагностики, и если возникают какие-либо неисправности, на дисплее высвечивается код ошибки, по которому можно судить о характере возникшей неисправности. Все коды ошибок подробно расшифрованы в инструкции.

К сожалению, многие шиномонтажники лишь усугубляют ситуацию, пытаясь самостоятельно настроить стенд с помощью тестовых программ. С другой стороны, немногим лучше обращение в мастерскую, которая берется за ремонт любой техники, не имея ни понятия об особенностях работы данного оборудования, ни возможности заказать необходимые запчасти. Наверное, излишне говорить, что такой «ремонт» может быть рискованным.

Что же касается поломок балансировочных стендов, основная причина выхода их из строя – это перепады напряжения в сети, которые выводят из строя предохранители и блок питания. Иногда скачки напряжения могут даже отразиться на электронике стенда. Решение этой проблемы одно: покупка обыкновенного стабилизатора напряжения. Хотя, к сожалению, этого прибора нет в стандартной комплектации стендов, и немногие продавцы рекомендуют приобрести его заранее. Последний простой совет для стабильной работы балансировочного стенда – соблюдение температурного режима. Наши шиномонтажи нередко представляют собой бокс или гараж, ворота которого распахнуты зимой и летом, однако стоит помнить, что применение балансировочного оборудования возможно лишь при температуре выше $+5^\circ\text{C}$.

Подготовил
Игорь Верный



Попытка самостоятельно настроить стенд с помощью тестовых программ – типичный способ удвоить стоимость его ремонта.

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



- ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ

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

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

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

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

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

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

– **Почему вы решили установить данный тип оборудования?**

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

– **«Отработки» хватает?**

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

– **Какие преимущества для вашего бизнеса вы извлекаете из использования CleanBurn?**

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



могут эффективно выполнять свою работу.

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

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

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

ЧП «СВ ДАЛС»

г. Черновцы, ул. Русская, 86/3
тел./факс: **(0372) 52-75-96,**
(050) 434-37-75

e-mail: cleanburn@ukr.net, www.cleanburn.com.ua

РЕМОНТ АВТОСЕРВИСНОГО ОБОРУДОВАНИЯ



02660, КИЕВ
пр-т ОСВОБОДИТЕЛЕЙ, 13
тел.: (044) 599-20-21, (067) 239-40-65
тел./факс: (044) 543-86-65, 223-57-60
e-mail: gar@autotechnik.rel.com

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

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
Сертифицирована ОС РУС
Номер сертификата:
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

Линии инструментального контроля БОШ для проведения тех. осмотров



ООО «Гарант Автотехник 2»
02660, Киев, пр-т Освободителей, 13
тел./факс: (044) 543-86-65, (044) 223-57-60
тел.: (044) 599-20-21, e-mail: gar@autotechnik.relcom

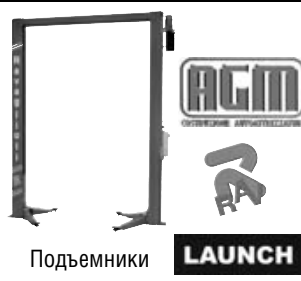
BERUF-AUTO

тел./факс: (044) 390-11-06
тел.: (066) 767-24-27, (050) 313-38-15
(067) 111-11-67, (067) 501-11-55
e-mail: diachuka@ukr.net, www.beruf-auto.com.ua

Антикризисное предложение
**Оборудование
производства Китая
по самым низким ценам!!!**



Балансировочные Шиномонтажные
стенды



Подъемники



Обогреватели
воздуха
**SECOMAT
CHAUFFAGE**



Лаборатория по
подбору
автомобилей
Sikkens и Lesonal



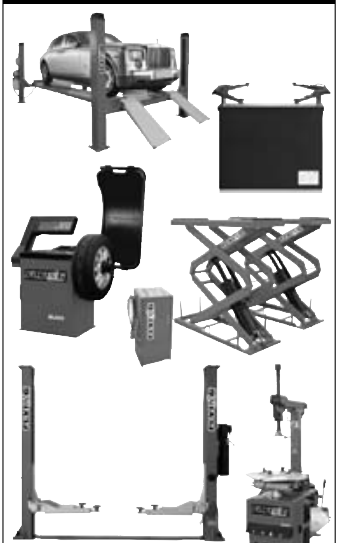
Покрасочные
камеры
и посты
подготовки



Рихтовочные стенды



Стенды для
регулировки
геометрии углов
установки колес
Диагностическое
оборудование



Ф О Р М И Р У Е М Д И Л Е Р С К У Ю С Е Т Ъ



Интернет на службе b2b

Всемирный экономический кризис затронул все отрасли экономики. Конечно же, не обошел стороной он и автомобильную отрасль. И всем понятно, что уровень продаж автомобилей значительно сократился, как и сопутствующих товаров, и товаров, применяемых для ремонта авто. А значит, наступает время недорогих, но эффективных маркетинговых решений.

Многие собственники какого-либо b2b бизнеса более чем уверены, что интернет-маркетинг необходим только тем компаниям, которые продают что-либо онлайн. Это очевидно не так! Он необходим. Вот только интернет-маркетинг для b2b отличается от интернет-маркетинга для b2c. И даже люди, занимающиеся SEO-бизнесом, не всегда имеют четкое представление, как продвигать b2b порталы.

Нередко руководство небольших фирм считают затраты на маркетинг какой-то модной тенденцией и соглашаются на это лишь из желания не отстать от «продвинутых» конкурентов. Это неправильно, так как маркетинг действительно может стать отличным рычагом для продвижения бизнеса. Он должен помочь легче продавать большее количество товаров и услуг. Если, конечно, не считать маркетингом вложение денег в услуги по исследованию потребителей, смену названия или постоянный редизайн логотипа.

Многие руководители из среды b2b путают маркетинг с рекламой и брендингом, тогда как они являются лишь частью маркетинга. После этого они говорят что-то наподобие: «Мы инвестируем в маркетинг! Посмотрите на нашу новую брошюру. Послушайте наш радиоролик.»

Но для большинства компаний из сферы b2b традиционные рекламные каналы, которые отлично срабатывают для супермаркетов, – плохой способ потратить маркетинговый бюджет. Это не работает. Компания просто теряет деньги и, в результате, из ее бюджета исчезают статьи затрат, связанные с маркетингом.

Маркетинг – это не реклама. А если вы вкладываете в рынок больше денег, чем получаете, то это – не маркетинг.

Продвижение сайта автомобильной тематики

Современный бизнес подразумевает наличие интернет-ресурса, он имеет легкий доступ для всех и содержит всю необходимую информацию о предприятии или товаре. Также сайт позволяет взаимодействовать с потенциальными клиентами и является надежным и удобным способом обратной связи. Но для получения результатов от сайта, посетитель должен узнать о ресурсе, поэтому необходимо его продвигать. Вариантов и способов продвижения сайтов огромное множество, но самыми результативными является поисковая оптимизация, контекстная и баннерная рекламы.

Поисковая оптимизация представляет собой продвижение Интернет ресурса в первую десятку результатов по выдачам на запросы по автомобильной тематике, а также на запросы по связанным тематикам, таким как, марки, модели, ремонт, тюнинг, запчасти, аксессуары.

Грамотная поисковая оптимизация авто сайта подразумевает наполнение сайта различной информацией по автомобильной теме.

В качестве информации можно размещать различные статьи об истории марок и моделей автомобилей, историю автомобилестроения, технические данные по автомобилям. Для поисковой оптимизации важно дополнение сайта новой информацией, в качестве которой отлично подойдут авто новости. Авто новости могут включать различные авто выставки, новинки в автомобилестроении, изменение в ПДД.

Большинство пользователей совершают переходы на сайты по выдачам на запросы поисковых систем, поэтому поисковая оптимизация является мощным инструментом интернет-маркетинга. Основным элементом поисковой оптимизации – тематические тексты с ключевыми словами.

Конечно, на автомобильном сайте должны быть слова с корнем «авто», но их большое количество не принесет должного результата. Поэтому тексты необходимо наполнять и другими словами, связанными с автомобильной тематикой: тюнинг, ремонт, запчасти, шины, диски, аэрография, автозвук и другими.

Если с помощью сайта реализуется рекламный проект по автомобильной тематике, требующий моментальных результатов, то в таком случае наилучшим способом по привлечению потенциальных покупателей и продвижению ресурса будет контекстная реклама. Контекстная реклама по сути является интернет-объявлением, содержащим коммерческую информацию и размещенным в специальном каталоге поисковика на платной основе.

В объявление входит ссылка на необходимый рекламируемый сайт, ключевики по автомобильной теме, например: «купля-продажа авто», «купля-продажа запчастей», а также контактные данные. Контекстная реклама, размещенная в сети интернет, моментально привлекает посетителей на сайт.

Владелец сайта по автомобильной тематике может воспользоваться любым из вариантов по продвижению ресурсов, но необходимо помнить, что такой сайт обладает особенностями и их нужно учитывать. Также использование сразу нескольких способов продвижения даст лучший вариант.

Так, для получения наивысших позиций в списках поисковых систем применяют поисковую оптимизацию, а для достижения максимально быстрого результата выбирают контекстную рекламу.

Сайт и не только

Не стоит ограничиваться стандартным набором «сайт плюс баннеры» – чем сложнее ваш продукт, чем специфичнее целевая аудитория, тем менее пригодны простые методы продвижения и более изощренными и комплексными должны быть ваши усилия. Вот лишь краткий перечень каналов эффективного воздействия на целевую аудиторию: «знаковые» доменные имена (корпоративные, продуктовые и прямо указывающие на сферу вашей деятельности), собственные корпоративный, продуктовые и промосайты, а также «отраслевые» ресурсы, поисковые системы, разного рода рейтинги и каталоги.

Очень эффективно использование и внешних ресурсов, таких как:



– отраслевые и специализированные сайты и торговые системы (в том числе b2b-площадки);

– сайты профессиональных сообществ в Сети, в том числе профессиональные тематические интернет-форумы/конференции («умная» работа в них позволяет получить не только удовольствие от общения с коллегами, но и прямую прибыль, однако упаси вас Бог от прямой саморекламы там – это лучший способ погубить репутацию своей компании);

– непрофильные сайты, посещаемые представителями целевой аудитории, в том числе так называемые «блоги» – виртуальные клубы по интересам.

Кроме того, большой эффект можно получить от e-mail-маркетинга (не путать со спамом!), тематических рассылок, обмена ссылками, партнерских программ, отраслевых баннерных сетей. Не следует забывать и об интернет-рекламе (имиджевой, для стимулирования продаж, «раскрутки» своего интернет-сайта и т. д.), PR в Интернете, специальных промо- и маркетинговых акциях, спонсорстве и т. п.

Очень важно также помнить об Интернете и в офлайн-коммуникациях – как ни странно, маркетологи до сих пор иногда забывают указывать адрес сайта компании в рекламных материалах, буклетах, на визитках, фирменных сувенирах и т. п. А ведь именно на сайте можно разместить подробнейшую информацию об особенностях вашего продукта, вместо того чтобы расходовать на нее дорогостоящее рекламное пространство.

Возможно, для работы со всеми этими каналами вам придется нанять специального сотрудника или привлечь внешних специалистов, но, поверьте, это себя оправдывает, особенно в случаях сложных продуктов и относительно узких целевых аудиторий.



Как дисковые телефоны в наше время выглядят анахронизмом, так и компания без своего веб-сайта скоро будет выглядеть пришельцем из прошлого века...

Недопустимые методы

Сайт, еще вчера занимавший места в первой десятке поисковой выдачи, теперь лежит на самом «дне Интернета» и найти его по прежним ключевым запросам просто невозможно. Санкции наложены. Естественно, владелец сайта хочет вернуть бывшее положение своего ресурса, пишет письмо в Яндекс, получает подтверждение наложенных санкций и рекомендацию устранить все причины. После чего, через месяц, Яндекс повторно оценит ситуацию, и, если причины бана дей-

ствительно устранены, восстанавливает сайт в своей базе. До этого момента сайт-нарушитель остается недоступным для потенциальных клиентов.

Постоянное противоборство поисковых систем и оптимизаторов – явление естественное и неизбежное. Первые пытаются обеспечить более качественную выдачу с первостепенным учетом интересов пользователей, вторые – поднять свой сайт как можно выше, потому как это обеспечивает высокую посещаемость и, соответственно, прибыль. Активность оптимизаторов заставляет поисковики держать себя в постоянном тонусе и развитии, с восхитительной регулярностью создавая препятствия тем, кто пытается повлиять на результаты выдачи. Поэтому формула ранжирования сайтов – главная тайна любой поисковой системы.

Так какие же недопустимые методы продвижения сайтов, с точки зрения поисковых систем, сегодня известны? Не будем описывать все. Затронем основные и не исключено, что в самом ближайшем времени мир SEO удивится появлению «новых» запретов. Некоторые примеры спамерских методов перечислены в документе «Чем отличается качественный сайт от некачественного с точки зрения Яндекса?» Всего названо 15, но большинство из них уже давно известны специалистам и если кем-то и используются, так это теми, кто не особо печется о благополучии своих клиентов или просто не разбирается в теме.

Несколько лет назад в Австралии небольшая фирма начала выпуск очень вкусных натуральных фруктовых соков Nudie. Те, кто их пробовал, становились горячими сторонниками этой марки, и соки достаточно неплохо продвигались через интернет-сайт компании, да и «слухами земля полнилась». Однако супермаркеты и небольшие магазинчики отказывались закупать новый продукт, мотивируя это слабой раскруткой данного брэнда («Мне с Кока-Колой работать проще – ее все знают и уж точно купят, а этот ваш непонятный сок кто покупать будет?»), а рекламный бюджет компании составлял всего несколько тысяч долларов. Но если не закупает розница, нет и конечного потребителя – то есть проблема продвижения розничного брэнда вылилась в проблему отношений разных бизнесов («ушла в сферу b2b»).

Преодолели ее нетрадиционно – компания решила сделать своим торговым представителем... конечного потребителя. Нужно было увлечь его идеей Nudie, заставить захотеть купить этот сок и предоставить инструмент

для «обработки» близлежащего магазина – и был придуман фантастически трогательный, какой-то, я бы даже сказала, пронзительный сайт www.nudie.com.au. Один из его разделов – «А в вашем любимом магазинчике Nudie есть?» (там славное грустное существо держит плакат We want Nudie!). И тех, чей магазинчик новыми соками пока не торгует, просто попросили написать письмо владельцу с просьбой закупить партию этого замечательно-го напитка. Конечно, шаблон такого письма прилагался, и нужно было только вписать свое имя,

адрес и количество пачек сока, которое планируется покупать еженедельно, и отправить его по электронной почте.

Казалось бы, наивный ход, но такое умное и красивое использование личных коммуникаций в решении b2b-проблемы позволило достичь фантастических результатов: уже через пять месяцев Nudie стал самым быстрорастущим по представленности в торговой сети и продажам брэндом за всю историю австралийского бизнеса. И это без малейшего использования любой другой рекламы!



1. Сайты, копирующие или переписывающие информацию с других ресурсов и не создающие оригинального контента.

2. Группы сайтов одного владельца/компании, предоставляющие пользователю одни и те же товары или услуги, созданные с целью заполнения нескольких позиций в результатах поиска и сбора трафика.

3. Страницы с невидимым или слабовидимым текстом или ссылками.

4. Сайты, содержащие списки поисковых запросов (многократное повторение и перечисление ключевых слов), предназначенные исключительно для обмана поисковой системы и манипулирования результатами ее работы, в том числе использование элементов страниц, скрывающих ключевые слова, например, посредством скроллинга или других технических приемов. Данный тип спама также уже не сильно распространен. Одна из его разновидностей – облака тегов, состоящие из ключевых запросов. Легко определяется поисковой системой, но не всегда корректно. Таким образом попал в бан сайт, продающий автомобильные покрышки. На странице карточки товара была представлена информация по схожим позициям – летним

покрышкам, зимним, покрышкам других размеров, что было расценено поисковой системой как раз как «списки поисковых запросов, предназначенные исключительно для обмана поисковой системы и манипулирования результатами ее работы».

Перечисленные методы – лишь малая часть того арсенала, который используют вебмастера. Практически все из этих методов еще вчера были легальны и использовались многими крупными компаниями на рынке поисковой оптимизации. Современные тренды поисковиков и, в частности, Яндекса, говорят о том, что в скором времени будет отсекается передаваемый ссылочный вес у сайтов, продающих ссылки, что, в свою очередь, приведет к постепенному отмиранию или перерождению во что-то иное крупных ссылочных бирж. Все сложнее станет работать небольшим компаниям и фрилансерам, т. к. их мощности не позволят быстро и качественно провести анализ изменений поисковых алгоритмов и определить действенные методы продвижения сайтов. А единственным напутствием со стороны поисковых систем как всегда будет звучать двусмысленная фраза: «Делайте сайты для людей!» ■

Соображения «априорных скептиков»	Соображения специалистов
Целевая аудитория достаточно узкая, а значит, масштабные промоакции могут иметь эффект «стрельбы из пушек по воробьям». При этом в b2b мало просто привлечь и заинтересовать - часто очень сложен и сам процесс продажи, и лучше сосредоточиться именно на продажах, а не на продвижении.	Целевая аудитория во многих случаях лишь кажется узкой - к примеру, для корпоративных финансовых услуг (например, услуг банков) это если и не миллионы, то десятки-сотни тысяч человек (как минимум, руководители и бухгалтеры компаний). При этом на b2b-рынке практически 100% потенциальных потребителей имеют доступ в Интернет, а значит, при правильном планировании рекламной кампании охват целевой аудитории будет максимальным.
На b2b-рынке решения о приобретении принимаются в высшей степени рационально, а сам механизм их принятия довольно сложен. Значит, влияние эмоциональных факторов (а реклама построена именно на обращении к эмоциям) значительно снижается - ведь цена вопроса часто очень велика (речь может идти о десятках-сотнях тысяч, а то и миллионах долларов).	Даже самые серьезные и «затратные» вопросы в любом случае решают люди, а у них есть эмоции, предпочтения и вкусы - короче, сердце*. И, как бы ни были рациональны принимаемые ими решения, они прислушиваются к мнению важных для них людей, ценят уважение к себе, а значит, для успешного общения с ними необходимо использовать не только сухие цифры и стандартные подходы - эффективное и продуманное использование неожиданных ходов, яркого креатива, той самой рекламы, якобы не приспособленной для b2b-рынка.
Оценить эффективность коммуникаций очень просто - если на ритейл-рынке оценку дают маркетинговые исследования, то на узких рынках об аналитических методах (прежде всего о количественных исследованиях) следует забыть.	Интерактивный по своей сути, Интернет - едва ли не самый подходящий канал для продвижения именно сложных товаров и услуг с нестандартными или немассовыми целевыми аудиториями, так как он позволяет вести настоящий диалог с потенциальным клиентом - вспомним, что «интерактивность» в буквальном смысле означает «взаимодействие». Интернет максимально гибок и допускает любые (заметим, неразрозительные) эксперименты - вы можете попробовать использовать тот или иной инструмент (баннер, рекламную площадку, целую медиастратегию), моментально замерить его эффективность и буквально на ходу изменить параметры кампании. Да-да, именно в Интернете можно отследить реальную отдачу от проводимых мероприятий и регулировать ее, «играя» параметрами воздействия на аудиторию - только методы оценки эффективности следует выбирать адекватные стоящим задачам.

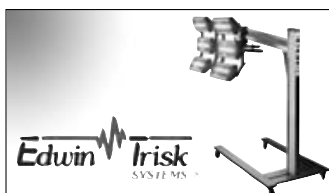
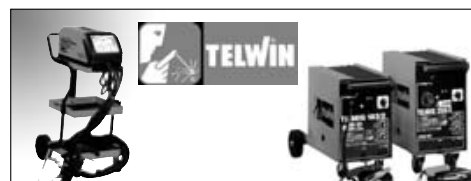
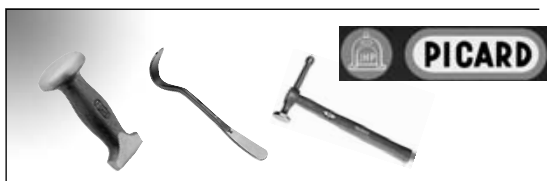
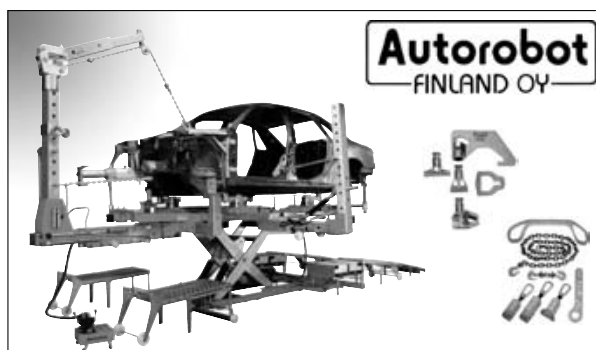
По материалам «Бизнес-форум»



Гаражное оборудование



Оборудование и инструмент для кузовного ремонта





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

BERU Ultra X Titan. Инновация в свечах зажигания с силой титана.

Высокое напряжение разряда при
более высоком давлении в камере
сгорания – и тем самым более
эффективное воспламенение.

15 типов свечей зажигания.

90% автопарка.

100% соответствия потребностям СТО.



Инновативная конструкция Poly-V-электрода: пять V-образных ребер выборочно направляют искру зажигания и обеспечивают продолжительную стабильность мощности зажигания.

www.beru.com.ua

BorgWarner



A BorgWarner
Business

www.osram.ua



Победи ночь с OSRAM NIGHT BREAKER®

- На 90%* улучшают освещенность дорожного полотна и устанавливают новый уровень безопасности.
- Свет белее на 10%* обеспечивает дополнительный комфорт во время движения, снижает чувство усталости и помогает вести автомобиль непринужденно и уверенно.
- Увеличенный на 35м* передний обзор позволяет распознать опасность и выиграть решающие секунды для уверенного маневрирования.

* по сравнению со стандартными лампами

УВИДЕТЬ МИР В НОВОМ СВЕТЕ



«Агро-Союз» официальный дистрибутор компании Pirelli в Украине

PIRELLI

Пирелли контроль над мощностью



www.agrosoyuz.ua

 **АГРО-СОЮЗ** Тел.: 8 (0562) 36-74-12/13, бесплатные звонки по Украине : 0 (800) 302-88-60
Редкие и эксклюзивные размеры, доставка по всей территории Украины, широкий ассортимент шин, 110 филиалов

АВТОМОБИЛЬНЫЕ ЛАМПЫ



Европейское качество
по доступной цене



г. Киев, Харьковское шоссе, 201/203, т/ф: (044) 284-04-50, 284-04-60
e-mail: info@troyan.com.ua, www.automayak.info

РЕМОНТ ЦЕНТР



Копенчатый вал:

- балансировка (050) 358-14-58
- шлифовка
- рихтовка
- восстановление

- расточка блоков (067) 99-44-318
- ремонт шатунов
- комплексный ремонт головок

г. Киев, ул. Новополевая, 2

ВАШІ НАДІЙНІ ПОМІЧНИКИ

У ПІДБОРІ
ПЕРСОНАЛУ

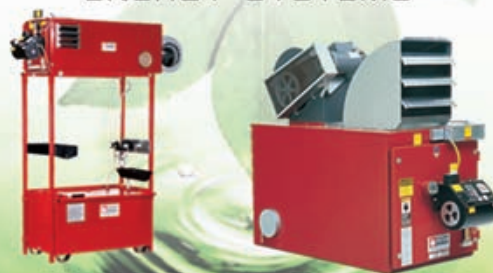


www.pro-robotu.com.ua; www.ladyjob.com.ua;
www.rabotaplus.com.ua
Тел.: (044) 493-2217, 495-1420
e-mail: job@rabotaplus.kiev.ua

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.com.ua

Фильтры Wunder – защита автомобиля



формируем дилерскую сеть

ЗАО «Росэкспорт», официальный дистрибьютор Wunder Filter в Украине
Тел.: (044) 496-96-90 (многоканальный), e-mail: info@rosexport.com.ua

NESTE OIL

Бездоганне фінське моторне масло



Випробувано суворими зимами Фінляндії.
Перевірено дорогами України.

ТОВ "Компанія "Агро-Союз" -
єдиний офіційний дистриб'ютор
Neste Oil в Україні

☎ 0 (562) 31-14-73
☎ 0 (800) 50-2476
dnv@agro.dp.ua, www.agrosoyuz.ua

ENEOS

СМАЗОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ENEOS

ENEOS X TOYOTA X *TeamLeMans*



ENEOS OIL UKRAINE Ltd.

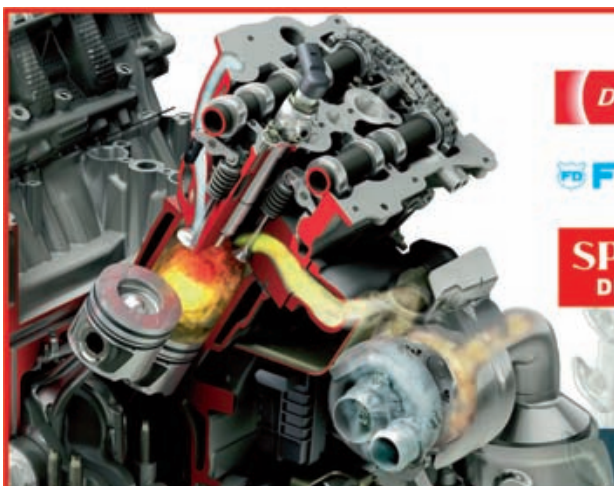
Тел.: (048)718-61-61;

Тел./Факс: (0482)37-50-42

E-mail: eneos@odessa.net

www.eneos.co.ua

По вопросам закупок обращайтесь по телефонам или e-mail



DENSO

BOSCH

DELPHI

MAKTEST

FIRAD

LUCAS

STAR

FLAG GERMANY

SPACO DIESEL

Sirini S.R.L.

ZEXEL

STANADYNE

U.T.A.

SIEMENS

DIMED

Дизельная Топливная Аппаратура



DIMED®

Днепропетровск, ул.ЛениноГОРСКАЯ, 6
+38 (0562) 33-33-23, 36-56-56, 34-43-40
e-mail: dimed@denso.dp.ua
www.dimed.com.ua

З 1 січня 2010 року в Словаччині почне діяти електронна система дорожнього мита!

**ВАШ АВТОТРАНСПОРТ
МАЄ ПОНАД 3,5 ТОНН
ЗАГАЛЬНОЇ ВАГИ?**

З 1 січня 2010 року в Словаччині вводиться нова система оплати використання визначеної автодорожньої мережі для автотранспортних засобів понад 3,5 тонн загальної ваги, або автосоставів понад 3,5 тонн загальної ваги, призначених для перевезення товару, а також для автотранспортних засобів, призначених для перевезення 9 і більш пасажирів, враховуючи водія.

За користування автомагістралями, швидкісними автодорогами або автодорогами 1 класу стягуватиметься плата згідно з пройденими кілометрами.

**NÁRODNÁ
DIALENIČNÁ
SPOLOČNOSŤ**

Детальнішу інформацію можна отримати
на інфолінії +421 2 35 111 111 та на www.emyto.sk
Вартість однієї хвилини телефонного зв'язку з території України - згідно
встановлених в Україні тарифів міжнародного телефонного зв'язку.

myto

* Національне товариство автомагістралей

** Мито



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. Леся 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



ОРИГИНАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО ГАРАНТИРОВАННОЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ

Вы знаете, в чем разница между продукцией MAHLE для первичного оснащения и для рынка запчастей? Мы откроем секрет: разница только в упаковке. Качество продукции не уступает комплектующим для первичного оснащения. Данная успешная стратегия, а также широкий ассортимент продукции MAHLE – залог успеха компании у представителей торговли, автомастерских и мотороремонтных предприятий всего мира уже в течение нескольких десятилетий.

Конечно, компания MAHLE в первую очередь известна именно своими фильтрами. Их ассортимент огромен – в списке выпускаемой продукции есть масляные, воздушные, топливные, салонные фильтры. Список автомобилей, для которых применима продукция MAHLE, просто поражает своим объемом. Естественно, компания выпускает продукцию как для крупных европейских производителей автомобилей, так и для огромного числа японских, американских, корейских и, так стремительно выходящих на наш рынок, китайских машин.

MAHLE® ORIGINAL

Дистрибуция запасных частей для автомобилей и мотоциклов:

