

Сентябрь 2006

www.autoexpert.com.ua

autoExpert

для профессионалов автобизнеса

Оборудование для СТО
Инструмент
Все для покраски
автоОпт:

Автозапчасти
Шины, диски
Масла, смазки
Автохимия
Автокосметика

Якщо автохімія, то це LIQUI MOLY!



LIQUI MOLY

КАМІОН-ОІЛ

Ексклюзивний дистриб'ютор LIQUI MOLY в Україні

м. Київ, пр. Повітрофлотський, 58, тел.: +38 (044) 245 95 90, 245 95 61, факс: 242 12 47
e-mail: l_moly@camion.com.ua

www.liquimoly.ua

Castrol

Офіційний дистриб'ютор

ВИСТ ЛТД

Формируем дилерскую сеть

г. Киев, пр. Палладина, 32-б
тел.: (044) 424-69-18, 423-89-24
e-mail: vist@nbi.com.ua



OLYMPIA
OILS OF GERMANY

Создано для
совершенства

Формируем дилерскую сеть

Эксклюзивный импортер в Украине ЗАО "Энос"
тел.: 8-044-331-92-43 www.olympiaoil.com

НЕПІДРОБНА ЯКІСТЬ

ZIC

МОТОРНІ, ТРАНСМІСІЙНІ,
ІНДУСТРІАЛЬНІ ОЛИВИ ТА МАСТИЛА

Тел.: (044) 492-30-80
Тел.: (044) 599-09-07

WWW.ZIC.COM.UA

Konel
дистриб'ютор
ESSO
Mobil

новый адрес,
новые
возможности



ООО "Конел", г.Киев,
ул. Большая Окружная, 4
(з-д "Электронмаш")

тел.: 495-1286 (87)
факс: 501-5801



ПАТРИОТ

РУССКИЙ ПАРОЛЬ



Украина, г. Киев, ул. Щербакова, 45-а e-mail: market@mast.com.ua
Тел.: (044) 442-31-18, 442-42-79 www.mast.com.ua
Тел./факс: (044) 442-24-47



TEBOIL - ГАРАНТИЯ АБСОЛЮТНОГО КАЧЕСТВА

Когда работа на грани - самоцель, вам необходимо полностью синтетическое масло Diamond eXtreme специально разработанное для гоночных и других автомобилей, работающих при максимальных нагрузках, требующих от масла экстремальной производительности. Даже при высоких оборотах и температурах, Diamond eXtreme, изготовленное по технологии Multi-Synthetic, обладает высокой смазывающей способностью, обеспечивает чистоту и эффективность двигателя в условиях граничных нагрузок. Когда необходима уверенность в смазывании двигателя и его надежная защита, выбери Diamond eXtreme, с которым можешь сосредоточиться только на одном - на достижении победы.

TEBOIL

Центральный офис: Bulevardi 26,
FIN-00120, Helsinki, Тел. +358 204 700 391
факс + 358 204 700 439, www.teboil.ru

ГАЛЬМА ТА ГІДРАВЛІКА		ДЕТАЛІ ПІДВІСКИ				ДЕТАЛІ ДВИГУНА		
FERODO	FORCABE	SACHS	LEMFOEDER	ebp	4max	KYB	HANS PRIES	CEI
brembo	4max	MAGNETI MARELLI	OCF	FEDERAL MOGUL	ASIC	ZMOS	TES	LE.M.A.
DELPHI	Lpr	DELPHI	Auger	Continental	CONTITECH	TRW	LESJOFORS	Met Gum
BOSCH	ebp							ImperGUM
EP	Lockheed							
QUICK BRAKE	VIVA HTF							
WABCO	KNORR-BREMSE							
FAG								
CEI	Peters							
GRAU	autofren							
difex								
ЗЧЕПЛЕННЯ І ПРИВІД		МАСТИЛА ТА АВТОКОСМЕТИКА				АКСЕСУАРИ		
SACHS	YAZAKI	NEPU	Nissens	Vernet	Mobil	Esso	Castrol	BOSCH
Valeo	CEDREGSA	4max	ebp	SKF	Valeo	LIQUI MOLY	AGRO	MAGNETI MARELLI
ebp	4max							Valeo
GKN Automotive	Lpr							HANS PRIES
SKF	RUVILLE							4max
CEI	LBP							HANS PRIES

Найбільший в Україні вибір запчастин до легкових та вантажних автомобілів

... понад 50 000 найменувань товарів
від провідних світових виробників та постачальників

Центральний логістичний центр та центральна філія
Адреса: 04078, м. Київ, вул. Сирецька, 49/в
Телефони: (044) 496-23-01, 496-23-02
Факс: (044) 496-23-04

Київська філія № 1
03150, м. Київ, вул. Боженка, 86
Телефони: (044) 536-02-72

Київська філія № 2
02154, м. Київ, пр-т Возз'єднання, 21
Телефони: (044) 501-84-63

Хмельницьке відділення
29009, м. Хмельницький, вул. Толстого, 1/1
Телефони: (0382) 72-01-77, 70-23-33

Чернігівська філія
14021, м. Чернігів, вул. Елеваторна, 8а
Телефони: (04626) 14-474, 14-494

Кременчуцька філія
39609, м. Кременчук, вул. Першотравнева, 3
Телефони: (0536) 79-35-59, 79-15-70

Вінницька філія
21001, м. Вінниця, вул. Островського, 1
Телефони: (0432) 55-45-45

Донецька філія
83023, м. Донецьк, пр-т Павших Кошарників, 79а
Телефони: (062) 386-80-90

inter cars
запчастини до автомобілів
www.intercars.com.ua

автозапчастини OE качества



SPART Automotive Inc. (USA)

- Електробензонасосы
- Свечи зажигания
- Высоковольтные провода
- Радиаторы
- Водяные насосы (помпы)
- Детали подвески и рулевого управления
- Тормозные колодки
- Фильтры

КАЧЕСТВО ВЫШЕ ЦЕН!

А также:

TEVOIL
Масла, автохимия



Тормозные колодки

Представитель в Украине ЗАО "Росэкспорт"
тел. (044) 496-96-90 (многоканальный)
e-mail: info@rosexport.com.ua
г. Харьков, авторынок «ЛОСК»
ряд 14, место 15, тел.: (057) 757-63-61



Диагностика – Ремонт – Прибыль

Использование системного тестера KTS от BOSCH увеличивает спектр услуг СТО и продажи автозапчастей

Роберт Бош ЛТД, г. Киев, ул. Крайняя, 1, тел. (044) 490-2402
www.diagnostic.bosch.com.ua



BOSCH

Разработано для жизни

**ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ ТЕХОСМОТРА
И СТО**



**ГАРО
УКРАИНА**

www.garo.com.ua

Сертификат ISO 9001

**Лидер продаж
оборудования по СНГ**

Castrol

Официальный
дистрибьютор

ВИСТ ЛТД

Формируем
дилерскую сеть

г. Киев, пр. Палладина, 32-б
тел.: (044) 424-69-18, 423-89-24
e-mail: vist@nbi.com.ua

Vikos Обладнання для автомийок
Монтаж, гарантія, сервіс, проектні рішення

Kärcher Мийки
soteco Пилососи
nerta Автохімія
CarWash Станційні мийки



Київ (044) 492 2525, Дніпропетровськ (0562) 367 897, Харків (057) 758 9760,
Донецьк (062) 345 0889, Іл.-Франківськ (0342) 505 576, Луганськ (0642) 326 196,
Рівне (0362) 643 084, Ужгород 8 (050) 372 0544, Чернівці (0372) 585 357

ДИГНОСТИЧЕСКОЕ И ГАРАЖНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
АВТОРИЗОВАННИЙ СЕРВИСНИЙ ЦЕНТР КОНЦЕРНУ РОБЕРТ БОШ ГМБХ
З ПРОДАЖУ ТА РЕМОНТУ АВТОМОБІЛЬНОГО ОБЛАДНАННЯ

SAGA **BOSCH** **Service**

діагностика **BOSCH** шиномонтаж **развал-схождение** **подъемники**
маслозамена **мойка** **трубаум**

PRESSOL

СПЕЦІАЛЬНІ ЦІНИ ДЛЯ СТО
Кредит, розстрочка, гарантія

ЗАТ «Сага-Авто», Україна, м. Київ, вул. Гродненська, 32а, т./ф. (044) 573-26-88, 573-22-11
e-mail: bosch@boschservice.kiev.ua www.sagaauto.com.ua

*Отдел рекламы
журналов «autoExpert»
и «Современный
автосервис»
(044) 493-45-70*

**Превратите отработанные масла в
ДЕШЕВОЕ И ЧИСТОЕ ТЕПЛО**

Высокорентабельные отопительные системы CLEAN BURN Inc.

- Полностью автоматизированное и экологически безопасное оборудование.
- Тепловая мощность - от 45 до 146 кВт.
- Кoeffициент полезного действия - до 84%.
- Обслуживание - 1 раз в год.
- Удобное расположение за пределами рабочей зоны: под потолком, на стене, на отопительном центре.
- Топливо - моторные, трансмиссионные, и гидравлические отработанные масла, растительное масло, дизельное и авиационное горючее.
- Применение - СТО, гаражи, мастерские, ангары, цеха, промышленные и сельскохозяйственные помещения.
- Лимитированная гарантия - 10 лет.
- Сертификат УкрСЕПРО.

Генеральное представительство в Украине:
Компания "СВ ДАЛС"
Тел.: (050) 43 43 775 Тел./Факс (0372) 527 596
E-mail: cleanburn@ukr.net Internet: www.cleanburn.ru

CLEAN BURN

ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ АВТОМІЙОК

Зроблено в Німеччині

EHRLE www.ehrle.com.ua

Мийки самообслуговування
Мийки з підігрівом
Мийки без підігріву
Пилососи та хімікати
Балки поворотні, шланги, БТ пістолети, піномістлети

МОНТАЖ ГАРАНТІЯ СЕРВІС

ТОВ «РВ Профі»

Київ: (044) 531-89-31 (044) 492-13-02 e-mail: info@ehrle.com.ua
Донецьк: (062) 348-42-31 (062) 380-05-29 e-mail: donetsk@ehrle.com.ua
Рівне: (067) 360-63-23 (067) 417-65-67 e-mail: rovno@ehrle.com.ua

KTS 530, KTS 540, KTS 570, KTS 650 - новые возможности быстрой и эффективной диагностики автомобиля

СИСТЕМНЫЙ ТЕСТЕР KTS - ЭТО:



- возможность универсальной диагностики со стационарным компьютером или ноутбуком;
- мультиплексер для K и CAN протоколов; **NEW!**
- мультиметр для быстрого поиска ошибок посредством параллельного измерения двух параметров;
- и/или (в зависимости от модели) 2-канальный осциллоскоп для комплексных измерений современных параметров систем автомобиля, особенно для диагностики сенсоров, например, одновременное изображение обоих лямбда-зондов.

Протокол обмена: - ISO 9141-2 K/L lines

- диагностика мигающим кодом
- SAE-J1850 DLC (GM,...)
- SAE-J1850 SPC (Ford)
- CAN ISO11898 ISO 15765-4(OBD)
- CAN-шина; высокоскоростной, среднескоростной и низкоскоростной CAN
- поддерживает CAS[plus]

KTS 530, KTS 540, KTS 570 и KTS 650 - ОБЩИЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ:

- беспрепятственное подключение к ноутбуку или ПК через Bluetooth **NEW!** (для KTS 540 и KTS 570) или через USB (для всех моделей);
- оснащение программным обеспечением ESI[tronic]: идеально для быстрой и целевой диагностики автомобилей на СТО;
- приборы оснащены всем необходимым для актуальных протоколов обмена:
 - ISO – системы для европейских автомобилей;
 - SAE – системы для американских и японских легковых автомобилей;
 - CAN – протоколы для современной диагностики всех блоков управления автомобилей;
 - CAN – диагностика на CAN-шине в новых автомобилях;
- прямое подключение через OBD-кабель, универсальный адаптер или адаптированные к конкретным автомобилям кабели через диагностический разъем;
- управляемый автоматически посредством программного обеспечения мультиплексор, с применением которого отпадает необходимость сложного переключения коммутирующих кабелей.



Воспользуйтесь специальным предложением от нашего партнера «Валми Автомотив»!
Попробуйте БЕСПЛАТНО KTS 650 с полным комплектом ESI[tronic].
Отправьте заявку по адресу: solution@valmi.com.ua

Спрашивайте у наших дилеров:

- «УкрТехАвто», г. Одесса, ул. Базарная, 40, тел. (048) 777-1504, www.ukrtauto.od.ua
- «АВ авто», г. Феодосия, ул. Войкова, 31, тел. (06562) 21-777
- «Карсис», г. Харьков, ул. Камышева, 18а, тел. (057) 738-3112, www.carsys.com.ua
- «Сага-Авто», г. Киев, ул. Гродненская, 32а, тел. (044) 573-2688, www.sagaauto.com.ua
- «Зайцев», г. Донецк, ул. Титова, 10, тел. (062) 345-1214, 345-1216
- «М-Дизель», г. Львов, ул. Городецкая, 357, тел. (032) 245-1597
- «Автоформула Плюс», г. Киев, ул. Попудренко, 52, оф. 601, тел. (044) 568-52-66, www.f1tradenet.com.ua

Роберт Бош ЛТД, г. Киев, ул. Крайняя, 1, тел. (044) 490-2402, www.diagnostic.bosch.com.ua



BOSCH

Разработано для жизни

Тому, кто **ценит** надежность и **любит** свой автомобиль



Эксклюзивные технологии и система контроля качества немецкой компании Moll избранного поставщика аккумуляторов на заводы Porsche, Audi, Volkswagen, Lamborghini, обладателя многочисленных наград «Лучший поставщик» от автопроизводителей и победителя сравнительных тестов ведущих европейских автоизданий. Новейшее оборудование от ведущих производителей Германии, Италии, США. Высококачественное сырье и комплектующие от ведущих европейских производителей

Исключительное качество
Гарантия 30 месяцев

Стабильно высокие токи при длительном режиме разряда

Надежный запуск двигателя при низких температурах

Высокая резервная емкость

Долговечность и дополнительный запас энергии.

Низкий саморазряд и низкий расход воды

Необслуживаемость

Использование специальных уплотнительных колец при межъячеечном соединении (патент Moll Accu)

Высокая надежность в эксплуатации

Центральная газоотводная система Kamina с пламегасителем (патент Moll Accu)

Высокая безопасность и предотвращение коррозии

Уникальная конструкция решетки и особо прочное соединение пластин в блоки

Виброустойчивость

ООО «А-МЕГА»
85102, Украина Донецкая обл.
г.Константиновка, ул. Б.Хмельницкого 1.
marketing@a-mega.com.ua
www.a-mega.com.ua



ЗАВЖДИ НА ХОДУ!



Офіційний дистрибутор – компанія „Декорт” м. Київ, 8 (044) 496-00-60.

Регіональні представники продукції HOLA: м. Луцьк, ТОВ "Стікс" 8 (03322) 607-63, 8 (03322) 625-69; м. Хмельницький, ТОВ "АвтоБудСервіс" 8 (0382) 74-87-60, 8 (0382) 74-87-40; м. Одеса, ТОВ "Сіндікатавтозапчастин" 8 (0482) 333-290; м. Біла Церква, СПД "Алексєєв Є.В." 8 (067) 744-34-36, 8 (067) 260-44-61, 8 (044) 635-59-27; м. Миколаїв, СПД "Трут М.О." 8 (0512) 58-23-55, 8 (050) 521-63-94; м. Дніпропетровськ, СПД "Шейн В.В." 8 (0562) 31-43-46 8 (050) 340-12-72; м. Івано-Франківськ, ТОВ "Вавілот" 8 (0342) 50-20-12, 8 (0342) 50-21-66, СПД "Шевага В.Д." 8 (0342) 50-32-50, 8 (050) 433-28-33; м. Вінниця, СПД "Дикий ЛП" 8 (0432) 32-39-19 8-0432-57-44-54

15 Міжнародна спеціалізована виставка

АвтоТехСервіс '2006 (Осінь)

Автосервіс – зміна сезону.
Гараж. Паркінг.

3-6 жовтня 2006 р.

Україна. Київ. Національний комплекс
"Експоцентр України" (пр-т Ак. Глушкова, 1)

ОРГАНІЗАТОРИ:

Міністерство транспорту та зв'язку України
Міністерство промислової політики України
Асоціація українських автомобілевиробників "Укравтопром"
Компанія "АВТОЕКСПО"

Тематичні семінари для фахівців

Автобусний експрес-маршрут від станції метро "Палац "Україна"

За інформацією і заявками на участь

звертатись у компанію **АВТОЕКСПО**

Тел.: (044) 239-27-04, 239-27-05 • Факс: (044) 239-27-15

office@autoexpo.ua • www.autoexpo.ua



**ПОДПИСКА
НА ЖУРНАЛ В РЕДАКЦИИ**

тел.: (044) 493-45-70



Это не головоломка...



... Вы действительно можете видеть все больше и больше фильтров MANN на украинском рынке...

... Будущее за зеленым и желтым !

Valmi
AUTOMOTIVE

Профессиональные решения в автобизнесе

ООО «Валми Автоматив»

г. Киев, ул. НовоCONSTANTINOVSKAYA, 13/10

Тел. (044) 205-56-00

**MANN
FILTER**

Донецк
Днепропетровск
Запорожье
Харьков
Симферополь
Одесса
Полтава
Ровно
Николаев
Ужгород
Ивано-Франковск

ул. Куйбышева, 102
ул. Ушинкова, 28а
ул. Гравина, 53
ул. пр. Московский, 52
ул. Ялгиская, 2
ул. Варшавская, 11
ул. Зенковская, 14
ул. Пирогова, 6
ул. Николаевская, 34б
ул. Лаврищева, 31
ул. Мира, 90

Тел. (062) 385-44-22
Тел. (056) 744-57-59
Тел. (0612) 13-61-51
Тел. (057) 703-46-40
Тел. (0652) 54-88-15
Тел. (0482) 32-86-66
Тел. (0532) 53-52-52
Тел. (0362) 62-35-26
Тел. (0512) 58-22-33
Тел. (0312) 67-33-55
Тел. (0342) 71-13-63



ВСЕГДА В ДВИЖЕНИИ WEGO®

ПОДШИПНИКИ СТУПИЧНЫЕ

ПОДШИПНИКИ ВЫЖИМНЫЕ

РОЛИКИ НАТЯЖИТЕЛЯ

КРЕСТОВИНЫ

ШРУСЫ, ПЫЛЬНИКИ ШРУСОВ

НАСОСЫ ВОДЯНЫЕ

ТЕРМОСТАТЫ

ПРОВОДА ВЫСОКОВОЛЬТНЫЕ

ЦЕПИ ГРМ

ЗВЕЗДОЧКИ ПРИВОДА ГРМ

ШЛАНГИ ВОЗДУХОЗАБОРНИКА

ПРОКЛАДКИ ДВИГАТЕЛЯ

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В УКРАИНЕ

ELAN Automotive

08130, г. Киев, Украина,

ул. Большая Окружная, 4к

тел: +38 (044) 390 51 55

факс: +38 (044) 390 51 55

e-mail: sales@elanauto.com.ua

www.elanauto.com.ua

Запасные части для автомобилей ВАЗ, ГАЗ, ЗАЗ, Москвич

Оглавление

Бизнес

- 11 Новости
- 12 «АвтоМотивАльянс»: кому это выгодно?
- 16 Жизнь сквозь призму automotive
- 18 «Оригинал авто»: «... у нас особая, семейная атмосфера»
- 21 Логистика магазина запчастей в ИАС СТО
- 22 Поведение покупателя: step by step

Автокомпоненты

- 26 Сеть СТО Bosch Service
- 31 Новости
- 31 Спойлеры Top Wing - красота и надежность
- 33 SPART. «Выносливые» электробензонасосы
- 34 У нас демпинга нет?
- 38 Отопитель. Средство комфорта, экономии и заработка
- 40 Moll. Качество, проверенное временем
- 42 Глушители на любой автомобиль
- 42 Тормозные колодки NHC - уверенность на дороге

Масла, смазки, автохимия

- 43 Новости
- 44 Polar Premium Long Life - антифриз нового поколения
- 49 Molyslide. Новая марка смазочных материалов Wolf Oil Corporation
- 49 Современной технике - новые высокосортные масла «Оптимал»!
- 50 API на канистре
- 53 Teboil. Найдется все!
- 54 Продвижение моторных масел на российском рынке
- 58 Neste Oils Динамика развития в Украине
- 59 Neste Oil. Достижения в маслах
- 60 Моторные масла ZIC. Технология VHVI - новые стандарты защиты двигателя
- 61 Автомобильная химия. Классификация
- 62 Рынок автохимии. Увидеть все!
- 66 Руководитель департамента автохимии ООО «Аспокем Украина» Владимир Монстович-Артемьев: «Мне бы хотелось видеть больше качественной автохимии»
- 68 ВМП. Подготовка к «зимовке»
- 70 Ремонт с Done Deal. Быстро и надежно

Автосервисное оборудование

- 71 Новости
- 72 Сканеры OBD-II. Часть 3
- 80 ГБО: бизнес-перспективы
- 84 Почему газ?
- 86 ГБО: компоненты и технология
- 89 Clean Burn. Передовые технологии дешевого тепла
- 90 Актуальные вопросы о газобаллонном оборудовании
- 92 Современные технологии в диагностике аккумуляторных батарей

9 2006 autoExpert

для профессионалов автобизнеса

Главный редактор Александр Кельм
Выпускающий редактор Зоя Украинская
Журналисты Юрий Стороженко
Татьяна Пушкина

Ответственный секретарь Ольга Глушко

Дизайн Ярослав Чуприна
Верстка Андрей Пастух

Директор по рекламе Оксана Лещенко
Менеджеры по рекламе Константин Борс
Екатерина Соколик
Елена Сорока

Руководитель отдела доставки
Сергей Савицкий

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

Журнал выходит ежемесячно
Распространяется по всей Украине
Цена номера – 9,50 грн.
Тел. отдела реализации (044) 493-45-80

Подписной индекс 90160
Подписка принимается во всех почтовых отделениях связи. В редакции подписка принимается с любого номера.
Тел. отдела подписки (044) 493-45-80

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

Номер отпечатан в типографии ЗАО «ВКФ «Добрый Друк».
Адрес типографии: 04116, Украина, г. Киев, ул. Шолуденко, 27/6, оф. 310
тел. (044) 486-21-69, 484-49-36
Общий тираж 35 000 экз.

Учредитель Ляшенко М.В.
e-mail: maxvl@symvol.kiev.ua

Свидетельство о регистрации
КВ № 7995 от 17.10.2003 г.

Издатель ООО «Агентство «Автоэксперт»

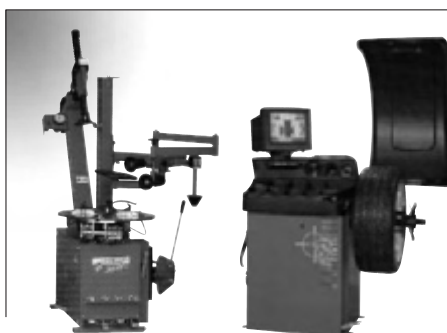
Адрес издателя и редакции:
Украина, 02088, г. Киев, ул. К.Маркса, 7
e-mail: autoexpert@bigmir.net
www.autoexpert.com.ua
Редакция (044) 493-45-70
Отдел сбыта (044) 493-45-80
Отдел рекламы (044) 493-45-70

(с) ООО «Агентство «Автоэксперт»

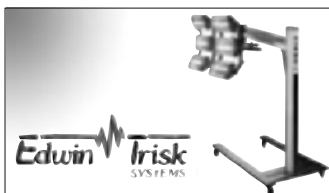
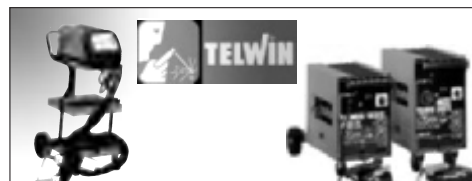
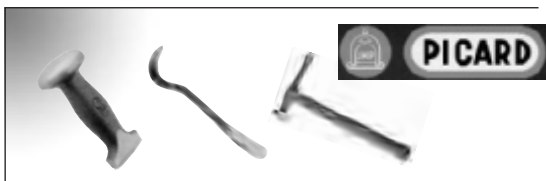
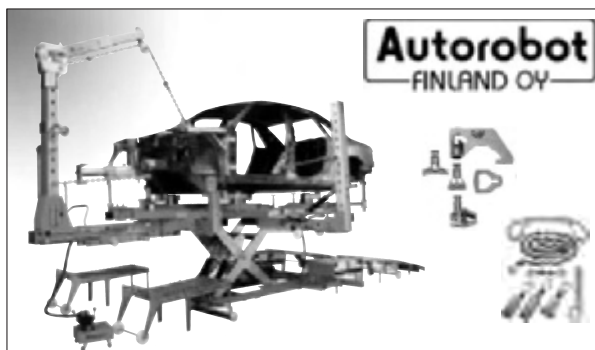




Гаражне обладнання Ravaglioli, Італія



Обладнання та інструмент для кузовного ремонту



General Motors и Ford попытались объединиться

Две крупнейшие автомобильные компании Америки General Motors Corp. и Ford Motor Co. обсуждают возможность объединения. Как стало известно, топ-менеджеры двух автоконцернов провели в Вашингтоне закрытые переговоры на эту тему. Окончательное решение, правда, принято не было.

Официальные представители Ford и GM отказываются комментировать прошедшую встречу. Однако издание The Wall Street Journal со ссылкой на свои источники уже сообщило, что переговоры зашли в тупик. Компании отказались от идеи альянса и не планируют дальнейших переговоров, - отмечает газета.

Тем не менее, сам факт переговоров, по мнению издания, говорит о кардинальных переменах в мировой автоиндустрии. В частности, о растущей конкурентоспособности азиатских производителей, которые все активнее вытесняют американские автоконцерны с рынков сбыта.

В последнее время оба автогиганта несут значительные потери даже в самих США. Азиатские автопроизводители за счет более дешевых и экономичных моделей, пользуются большей популярностью, нежели американские. В результате и Ford, и General Motors вынуждены сокращать рабочие места и объемы производства.

Компания Ford к началу 2009 года планирует ликвидировать 14 тысяч рабочих мест и около трети всего менеджмента компании. В ближайшие полтора года концерн закроет 14 заводов в Северной Америке, из-за чего 75 тысяч почасовых сотрудников останутся без работы. За счет этого компания планирует сократить издержки примерно на 5 миллиардов долларов в год.

General Motors также планирует уволить около 35 тысяч сотрудников к 2008 году и закрыть 9 заводов в Северной Америке. Это снизит издержки на 8 миллиардов долларов в год.

На данный момент и Ford, и GM реализуют программы реструктуризации бизнеса с целью повышения своей конкурентоспособности.

Так, концерн General Motors уже не в первый раз пытается улучшить свое финансовое положение за счет слияния. В июле этого года компания вела переговоры с французской Renault SA и японской Nissan Motor Co. На принятие решения по этому вопросу стороны ответили 90 дней.

Инициатива слияния исходила от главы компании Tracinda Кирка Керкоряна, владеющего 9,9% акций GM. 30 июня 2006 года американский миллиардер направил руководству General Motors письмо, в котором призвал совет директоров принять возможное предложение Renault и Nissan о создании альянса.

В свою очередь, Ford пытается выправить свои дела за счет известной торговой марки Rover и уже договорился о приобретении бренда. Ранее эта торговая марка принадлежала компании BMW. Сумма сделки пока не разглашается.

Стоит отметить, что Ford имел преимущество покупки, которое досталось концерну еще в 2000 году, когда он купил марку Land Rover.

newsinfo.ru

BMW и DaimlerChrysler откроют в России свои банки

Сразу две автомобильные компании собираются открыть в России свои банки, которые будут специализироваться на выдаче кредитов при покупке машин, передают "Ведомости". Речь идет о BMW и DaimlerChrysler, которые хотят тем самым поднять уровень продаж своих автомобилей.

Ожидается, что после открытия BMW и DaimlerChrysler в России своих банков процентная ставка при приобретении машин, выпускаемых этими компаниями, упадет примерно до 5-7% (сейчас покупатели обычно берут кредит под 9-11% годовых).

Доверяй, но проверяй

Создание единого центра сертификации поставщиков поможет, по мнению руководства завода "АВТОВАЗ", улучшить качество выпускаемых с конвейера автомобилей и сэкономить тем самым миллионы долларов.

АВТОВАЗ создает собственный центр сертификации автокомпонентов. На АВТОВАЗе считают, что новый центр существенно повысит качество автомобилей.

Как стало известно, эту идею концерн вынашивает с весны текущего года. "70-75% дефектов автомобилей связано с дефектами автокомпонентов, что наносит не только удар по имиджу автомобилей АВТОВАЗа, но и экономический ущерб", - сообщили в компании, отказавшись, впрочем, назвать конкретную сумму ущерба. По оценкам экспертов, при объеме производства в 700 тыс. автомобилей завод несет убытки в десятки миллионов долларов.

На заседании 5 сентября совет директоров принял решение учредить Центр автомобильной сертификации в форме некоммерческого партнерства. При этом АВТОВАЗ планирует привлечь в этот проект партнеров из числа российских производителей автомобилей. В частности, по некоторым данным, переговоры идут с ГАЗом, УАЗом, КамАЗом и GM- АВТОВАЗом. В "Северсталь-авто" (владеет контрольным пакетом акций УАЗа) подтвердили получение предложения от АВТОВАЗа, оно сейчас рассматривается руководством.

На АВТОВАЗе отмечают, что среди многочисленных поставщиков (около 250 по компонентам) есть такие, которые устраивают завод по всем критериям, однако есть и ненадежные, из-за которых возникают серьезные проблемы по качеству автомобилей. Представитель завода говорит: "Вопрос будет ставиться таким образом: если хотите оставаться поставщиком АВТОВАЗа, то вам надо получить сертификат в нашем центре". Ранее завод не ограничивал поставщиков в выборе сертифицирующего органа.

До конца года проект начнет работу в пилотном режиме. АВТОВАЗ собирается проводить сертификацию не только поставщиков автокомпонентов, но и дилеров. До конца 2006 года планируется составить список из 20 предприятий (по десять на Московскую и Самарскую области), которым необходимо в первую очередь пройти проверку в НП "Центроавтосерт". Точный список не определен, однако под пристальное внимание в первую очередь попадают поставщики электрики и электроники. Предположительно, в список на прием в новый центр сертификации попадут "Автоприбор" (Владимир), "Автоэлектроника" (Калуга), ЗиТ (Самара), "АВТОВАЗ-агрегат" (Тольятти), "ВАЗ-интерсервис" (Тольятти).

Производители автокомпонентов неоднозначно восприняли новую схему сертификации. "В прошлом году у АВТОВАЗа был перечень органов, в которых мы должны обязательно проходить сертификацию, теперь они пошли другим путем, - рассуждает директор по качеству завода "Автоприбор" Алевтина Трифонова. - Все-таки уже есть сертификационные органы, которым надо доверять". Для поставщиков новый орган создаст новые трудности: на плечи поставщика лягут затраты на прохождение сертификации, к тому же каждый орган оценивает требования стандарта по-своему, и можно предположить возникновение противоречий.

Александр Брейгин, представитель по маркетингу отдела "Конструкционные материалы" компании "Дюпон", отмечает, что проверка качества продукции, поставляемой на АВТОВАЗ различными поставщиками, проводилась постоянно, но, возможно, создание единого центра станет еще одним дополнительным этапом проверки, который поможет гарантировать использование только качественных материалов. Однако кроме проблем с качеством автокомпонентов у АВТОВАЗа остаются и другие вопросы, требующие решения. "Качество автомобилей напрямую зависит от многих факторов, которые надо учитывать в процессе многостадийного производства", - добавляет Брейгин.

Деловая газета "Бизнес"



«АВТОМОТИВАЛЬЯНС»: КОМУ ЭТО ВЫГОДНО?

Перефразируя слова героя Сент-Экзюпери, можно с уверенностью сказать: если создается общественная организация, значит кому-то это нужно. То есть словами бизнеса - выгодно. А если этот кто-то компания «Валми Автомотив», то сомневаться в этом и подавно не приходится. Ну, скажите, стал бы председатель Наблюдательного совета «Валми Инвест» Валерий Миронов заниматься невыгодным ему лично делом? Нет, конечно. Однако значит ли это, что данная организация создана исключительно с целью получения ЛИЧНОЙ выгоды? Неизвестно. По крайней мере, у нас такой вопрос возник, а значит, мог он возникнуть и у любого из потенциальных членов новоиспеченного «АвтоМотивАльянса». Потому, воспользовавшись своим положением, мы решили не теряться в догадках, а задать этот и другие вопросы лично Валерию Миронову, председателю правления «АвтоМотивАльянс».

- Валерий Евгеньевич, Ваша компания стала генератором создания "АвтоМотивАльянса". Почему это произошло именно сейчас, а не раньше?

- Попытки создания такого объединения предпринимались с 1997 года. В 2005 году мы пробовали создать подобную организацию расширенным кругом, но, к сожалению, по ряду причин все это переросло в долгоиграющий диспут, который ни к чему не привел. Каждая компания видела в другом участнике конкурента. Мы же старались донести, что конкуренция не исчезнет, что она будет еще более жесткой, но есть что-то, что нас объединяет. К сожалению, у каждой компании превалировала мысль: если «Валми» генерирует, значит «Валми» это нужно (я никогда не обвиняю, это ситуация, мораль, в которой мы выросли, живем и еще долго будем жить). Почему же «Валми» это нужно?.. К сожалению, на том этапе мы не смогли друг друга убедить, что объединение выгодно всем, а не только инициатору.

- Что изменилось с тех пор?

- По большому счету, ничего не изменилось. Маленькие и средние компании, которые могли бы стать членами Альянса, постепенно уходят с рынка. Они просто неглобально мыслят...

В Украину пришли Inter Cars, Meteor, Fota - мощные западные компании с громадными оборотами, которых не имеет не одна из украинских компаний. У них объективно гораздо больше ресурсов, есть развитые программы для клиентов, есть все то, что мы потеряли или не приобрели за это время.

Все компании на этом рынке конкурируют друг с другом, но, на самом деле, мы показали многим из них, что можно не просто конкурировать, а сотрудничать. К примеру, запасные части, которые у нас по какой-либо причине отсутствуют, мы заказываем в Украине у наших же конкурентов. Ведь главное - это удовлетворить клиента. Я знаю, что многие другие компании исповедуют принцип ни в коем случае ничего не покупать у "Валми". И не покупайте, а я у вас буду. Я работал всю жизнь на клиента. Клиенту все равно, где я взял запасную часть на его автомобиль. Таким же образом развивается сегодня рынок. На самом деле, объединись мы раньше, сейчас украинские компании были бы уже более сильными.

- Стал ли рынок более цивилизованным?

- К сожалению, никто никогда не работал над тем, чтобы сделать рынок более цивилизованным. Вся работа с рынком заключа-

лась в том, чтобы поливать грязью конкурентов. Такое случалось и у нас - я узнавал и жестко наказывал за это. В "Валми" принято, что о конкуренте нельзя говорить не то что плохо, а вообще говорить. Мы рассказываем только о себе: что предлагаем, каким образом работаем и это - кодекс чести, который можно и нужно внедрять на рынке. Поэтому "АвтоМотивАльянс" создавался не против кого-то, а за что-то - за цивилизованные правила игры, конкуренции, за сотрудничество в разной форме. Есть компании, которые специализируются на одном виде продукции, например, оборудовании. Мы же оборудования не имеем в ассортименте. Зачем же нам его импортировать, если мы можем закупать его у этой компании? Или другой пример. Есть компания Japam Cars, с которой мы успешно сотрудничаем больше года. Они специализируются на запасных частях для японских автомобилей, а мы - нет. Поэтому мы покупаем у них эту группу.

- Помогают ли ваши поставщики в работе с рынком?

- Поставщики - наши партнеры, но не нужно забывать, что при этом они жестко преследуют свои цели на рынке. Мы для них, с одной стороны, партнеры, с другой - средство достижения их цели и не более того. Поэтому я много раз говорил, предлагал руководителям и владельцам украинских компаний выступать и разговаривать с поставщиками единым фронтом. Лишь некото-

рые поставщики понимают, что происходит на нашем рынке. Остальные не понимают и готовы раздвигать дистрибуцию направо и налево. После этого происходит обвал цен. Любая компания, которая не имеет логистики, выстроенной системы дистрибуции выходит на рынок одним способом - демпингом. И бороться с подобными явлениями - задача не "Валми" отдельно, "АВИ" или "Автотехник". Это - задача "АвтоМотивАльянса". Прописаны правила игры и, пожалуйста, продавая товар. Но есть общий уровень цен, поэтому конкурируй другим: умением работать. Мы до того "дообваливались", что по некоторым продуктам не зарабатываем вообще ничего. И это происходит не только с нашей компанией, но и с другими тоже. Я говорю о некоторых линиях продуктов, на которых в принципе ничего не зарабатывается, которые держат только для ассортимента. И получается, что никто не выигрывает. Если мы думаем, что от понижения цены выигрывает клиент, то это неправда. Понижая цены, мы не зарабатываем и, соответственно, не можем дать того уровня сервиса конечному клиенту, который мы могли бы дать, имея прибыль. Это - инвестиции в программу СТО, в гарантии. Большинство компаний декларируют поддержку гарантий, но в действительности их не дают, потому что, меняя бракованный товар, вообще уходят "в минус". Мы же это выдерживаем, стараемся с ценами не работать и уже много лет не обращаем внимания на обвал цен другими. А также стараем-





ся выбирать тех поставщиков, которые умеют строить дистрибьюцию в Украине.

- Однако не меньшую роль в ценовой конкуренции играет "черный" импорт, с которым отдельным компаниям также бороться не под силу...

- Да, на сегодня, по разным оценкам, 50-70% рынка запчастей находятся "в тени". Если в целом объем рынка оценить в 800 миллионов - 1 миллиард евро в год, то мы работаем в рамках 200 миллионов, остальное - черный рынок. И не задача ли "АвтоМотивАльянса" с этим бороться? Для игроков крупных, таких как "Валми", "Автотехникс", "Элит", "АВИ", Inter Cars, контрабанда - это самый большой на сегодняшний день бич. Даже одна эта задача стоит того, чтобы "АвтоМотивАльянс" успешно работал. Бороться нужно всем вместе, тогда через год-два мы можем войти в цивилизованный рынок. Мы и так в него войдем, но через три-пять лет. Сознание все равно меняется, нельзя долго работать на контрабанде. Любому промыш-

леннику, бизнесмену сегодня необходимо, чтобы его люди были довольны, получали высокие зарплаты и желательны официальные. Я всегда привожу пример Польши и Чехии. В Польше была контрабанда не меньше нашей: из Германии тащили все, что могли. Однако после появления летучих бригад (я сам видел их в действии) и применения определенных экономических методов понятие "контрабанда" просто исчезло. Может, сегодня люди для себя и возят что-то, но это не массовое явление. Соответственно, рынок в этих странах сегодня растет огромными темпами. А ведь все связано: более цивилизованный рынок, больше зарплаты, больше люди тратят, значит, больше покупают автомобилей. Повышается спрос на авторемонт и, соответственно, запасные части. Нам что нужно? Чтобы мы этот рынок снабжали. А мы работаем в маленьком узком сегменте... Поэтому чем больше контрабанды, чем меньше порядка, тем хуже для любого бизнеса, не только для бизнеса "Валми Автомотив".

- Как изменилось отношение потенциальных участников этого объединения с момента, когда вы обнародовали идею создания "АвтоМотивАльянса" до сегодняшнего дня?

- Начинали с полного неприятия. Однако даже самые недоверчивые уже принимают участие в собраниях в качестве наблюдателей. В итоге вырабатывается понимание и общие цели.

Когда мы задумывали создание объединения, то не думали, что будет легко. Тем не менее среди членов организации сегодня уже есть 4-5 активных участников. И самое главное, почему-то в регионах желающих участвовать в данном проекте больше чем в Киеве.

- Кому, в принципе, адресована идея данного объединения?

- Практически всем участникам рынка. "АвтоМотивАльянс" должен объединить не только импортеров, это открытая организация для всех желающих. По этому поводу были диспуты: только импортеры либо импортеры и их дилеры, либо это должны быть и СТО. Я считаю, что чем шире будет дискуссия, уже в рамках "АвтоМотивАльянса", тем быстрее будет развиваться рынок. Поэтому уже выразили заинтересованность даже крупные компании, которые работают на рынке сервисного обслуживания.

- Обязательны ли членские взносы, ведь многих они могут отпугнуть? Если фирма или СТО не готовы пока вступить в организацию, можно ли поначалу приходить на собрания в качестве гостей?

- Я не сторонник расширения организации просто ради пункта в отчете: "привлекли столько-то членов". Организация создается для тех, кто желает принимать участие, это общественная работа, по большому счету. А у нас желающих отвлекаться на общественную работу немного. Поэтому нет необходимости иметь сто членов, которые будут давать по 100 гривен. Лучше иметь 20-30 участников, которые будут реально работать над той программой, которая совместно выработана. Здесь не требуется серьезное финансирование, нужны 2-3 человека, которые занимаются подготовкой документации...

А взносы... Скажем так, это не является ключевым для участия в "АвтоМотивАльянсе". Но несколько постоянных сотрудников организации должны получать зарплату, иначе процесс просто остановится. Для ключевых игроков "АвтоМотивАльянса" взнос в размере даже 1000-2000 гривен в месяц - не деньги. На начальном этапе затраты организации покрывались нашей компанией. Однако моя главная цель - запустить эту программу, независимо от того, кому в дальнейшем придется передать управление ею.

- Условно говоря, это - клуб для фанатов?

- Скорее для профессионалов, которые являются фанатами своего бизнеса. Это не комсомол, не коммунистическая партия. Мы говорим о профессиональной работе. Есть правила приема, и их не я должен диктовать. В принципе, я вижу свою задачу в какой-то мере выполненной. Если будет общее решение, что председателем правления "АвтоМотивАльянс" должен быть другой человек, то я с удовольствием передам полномочия преемнику. К сожалению, люди всегда ищут в словах тайный смысл, хотя в данном случае никакого тайного смысла нет. Чем правильнее рынок будет работать, чем он будет цивилизованнее, чем больше мы, профессионалы, будем общаться, тем больше выиграет каждый из участников. А если говорить о рынке в целом и о потребителях, то выиграют все.

- Как же бороться за цивилизованный рынок без противодействия "черному" импорту?

- Естественно, это еще одна задача "АвтоМотивАльянс": пропагандировать, показывать, рассказывать. Человек приходит на рынок, видит известный бренд, доверяя известному имени, он покупает, например, свечи NGK, а получает подделку. Таким образом, появляется недоверие к оригинальной продукции, марке. На самом деле таких задач много, выбрать можно десяток самых главных и над ними работать.

- Полагаю, в эту десятку входит и вопрос совершенствования системы образования?

- А как же! Я уже говорил, что "АвтоМотивАльянс" не может быть закрытым клубом для импортеров. Мы ничему не научимся и не дадим друг другу, а будем просто болтать о своей собственной конкуренции. А для решения проблемы профильного образования представители учебных заведений должны также принимать активное участие в деятельности организации, тогда они будут понимать, в каком направлении должно развиваться образование, чего требует рынок и чем готов помочь.

- На какие организации подобного типа (в мире или в Европе) вы ориентировались при создании "АвтоМотивАльянса"?

- В США есть объединение AARA. Его участники - сервисы, мелкие и крупные торговцы. По-моему, всего более 2000. Это мощнейшая ассоциация с четко определенными правилами игры и одно из самых успешных объединений. Работают они уже много лет, решают все те же вопросы, что и мы. Во всех странах на определенном этапе развития возникают одинаковые вопросы.

В Европе Temot International вырос из немецкого объединения нескольких немецких компаний-конкурентов. Цель - упорядочить цены на рынке и исключить возможность ценовых войн. Более того, они определили территорию для каждого игрока.

- По поводу европейских объединений, если мы говорим о задачах схожих с нашими. Как далеко они ушли вперед и чем занимаются сегодня? Мы пока боремся за цивилизацию, за образование. А они за что?

- Те проблемы, с которыми сталкиваемся мы, в Европе были решены много лет назад: черный рынок, ценовые войны. Они присутствуют, но в гораздо меньшем объеме. В основном, их деятельность направлена на предоставление потребителям все более качественного сервиса: как можно быстрее доставить запасную часть, обеспечить максимальное наличие их на складе, предоставлять больше информации, лучше обслуживать. В Европе строят громадные автоматизированные склады с целью более быстрого обслуживания. Обучают персонал в собственных частных школах. Там конкуренция строится, в основном, на изощренном сервисе: кто быстрее и кто лучше.

- Каковы ближайшие перспективы организации и ваши шаги в этом направлении?

- На данном этапе идет процесс сбора информации от участников рынка о наиболее существенных проблемах, которые должны решаться в рамках общественного объединения, сбор инициативной команды, которая возьмет на себя генерирование идей и текущее администрирование. В течение ближайшего месяца я лично проведу переговоры с владельцами и директорами всех крупнейших компаний - как импортеров, дистрибьюторов, так и мощных компаний на рынке обслуживания. Более того, я хочу привлечь к обсуждению компании, которые занимаются оборудованием для этого бизнеса. Таким образом, будет проведена целая серия консультаций и переговоров, после чего планируется широкое совещание членов "АвтоМотивАльянса".

Беседовал Александр Кельм



Жизнь сквозь призму

Уважаемые руководители! Обнаружив в своем электронном почтовом ящике предложение от журнала autoExpert принять участие в данном проекте, не спешите, ссылаясь на хронический недостаток времени, его закрывать. Вопросы затрагивают темы, о которых задумывается каждый человек, независимо от того, в какой профессиональной сфере он задействован. Мы верим в то, что вам есть, что сказать!



Александр Кычкин
заместитель директора «Карсистем Украина»



Людмила Лапицкая
директор «Эквинет Украина»

Без чего Вы не можете представить свою работу?	Без клиентов.	Без своей команды.
Что для Вас является бесспорным доказательством достигнутого успеха?	Максимальная независимость в принятии решений на работе и в быту.	Множество благодарных клиентов.
К чьему мнению Вы прислушиваетесь всегда?	Своему.	Своей совести.
Что, в Вашем представлении, является собой счастливая старость?	Здравый ум и твердая память.	Большая дружная семья и безбедное существование.
"Деньги - это свобода, выкованная из золота", - Эрих Мария Ремарк. Насколько Вы согласны с подобным высказыванием?	На все 100.	Согласна.
Что такое мудрость в бизнесе?	Просчитанный риск.	Умение наработать капитал, а не врагов.
За какое дело Вы бы не взялись никогда?	В котором не разбираюсь досконально.	"Грязное"...
Настоящий отдых - это...	Кардинальная смена обстановки и выключенный телефон.	Активный отдых и никаких мыслей работе.
Насколько совместимы понятия "риск" и "стабильный бизнес"?	Бизнес изначально рисковое дело.	Совместимы. Нет бизнеса без рисков.
Корпоративная культура в отечественных условиях - миф или реальная перспектива?	Очень бы хотелось дожить до ее рождения, но думаю, что не удастся.	Реальная перспектива. Хочется в это верить!
Все ли методы хороши для достижения цели?	Нет.	НЕТ.
Что посетитель увидит на Вашем рабочем столе?	Умеренный беспорядок.	Порядок.

automotive



Сергей Овсиенко

генеральный директор Inter Cars Ukraine



Виктор Чеснов

генеральный директор «Автотехникс»



Вячеслав Комаров

директор «Колор Систем»

Без конкуренції.	Без общения с интересными людьми.	Без своего коллектива.
Результат кропіткої праці.	Достижение запланированного результата.	Победа над конкурентами.
Своїєї команди.	К мнению партнеров.	К мнению моей тещи.
В 90 років почати писати мемуари.	Я ее пока не представляю.	Наличие хотя бы 2 внуков.
На 100 відсотків.	Свобода не может быть выкована, а вот власть над временем - это уже свобода...	Деньги предоставляют свободу, но не могут полностью удовлетворить духовные потребности человека.
Мудрість - це вміння слухати.	Принятие правильных решений на основе многолетнего успешного опыта.	Прежде всего - не принимать необдуманных решений.
Політика...	Быть хирургом.	Педагогика.
Гірські лижі, віндсерфінг, теніс, велосипед та багато іншого.	С любимым человеком на диком берегу возле Фороса...	С семьей на море.
Все повинно бути в міру.	Риск совместим со стабильным бизнесом у мудрого руководителя.	Риск не должен превышать 50%.
Реальна перспектива.	Это не только реальная перспектива, а и реальная действительность.	Мне кажется, что это миф.
Ні.	Не все хороши, но если цель - выжить на рынке, то да.	Хороши, но в разумных пределах.
Фото моєї сім'ї.	Каждый увидит свое, но, наверное, ничего лишнего.	Куча бумаг, беспорядок.



Нет безликих компаний, каждая в том или ином виде является отражением личности владельца или управляющего. О компании «Оригинал авто» приходилось слышать много от совершенно разных людей из разных компаний. Редкий случай: говорили только хорошее, причем по собственной инициативе. А это значит, что владельцы «Оригинал авто» Геннадий Рожков и его сын Юрий сумели построить не просто эффективный бизнес, но и завоевать уважение в среде партнеров и даже конкурентов.



«Оригинал авто»: «...у нас особая, семейная атмосфера»

- Вопрос традиционный, но для понимания сути компании вовсе не тривиальный: с чего начинался ваш семейный бизнес?

Геннадий: - По сути, мы начали заниматься бизнесом в 89-м году (хотя тогда кто мог назвать наше занятие бизнесом?..). В 1993 году Юра заканчивал индустриальный институт (факультет технологии машиностроения). Начал работать в конструкторском бюро, ему предложили поступить в аспирантуру на кафедру сопротивления материалов. После полугода работы на кафедре при зарплате в 120 грн. и необходимости содержать семью пришлось пойти работать на рынок (не так престижно, но зарплата повыше). Сначала изучали ассортимент рынков: он "по-научному", с блокнотиком. Работали с николаевским рынком, херсонским, криворожским. В то время начали останавливаться предприятия, и людям зарплату выдавали товаром. Выбрали такую продукцию, как охлаждающая жидкость "тосол". Мы начали потихоньку его завозить, партии росли, так и превратились в оптовики. Потом я несколько отошел от дел, передав все сыну. Так, году в 93-94-ом Юра постепенно стал у руля бизнеса.

- Как вы собирали коллектив компании, и что объединяет тех, кто работает в "Оригинал авто"?

Геннадий: - Все наши сотрудники, даже те, кто сейчас сидит за компьютером в белой рубашке, начинали со склада. Нам нужно, чтобы эти люди сжились с фирмой, узнали весь ассортимент, прошли все ступеньки. Причем, как правило, они из пригорода, из небогатых семей, знакомы с тяжелым трудом. Но люди это стоящие, со светлыми головами.

Юрий: - Мы не берем никого с улицы на ключевые должности. Если ты продаешь запчасть, значит, должен понимать всю схему работы, вплоть до того, где эта запчасть лежит. Ведь ситуации бывают разные. К примеру, торговые агенты что-то неправильно заказали - склад всю ночь грузит не тот товар. Или наоборот. На ночную отправку кладовщики выдали неправильную подборку товара, торговый агент не продал и недополучил зарплату. Чтобы меньше было недопонимания, чтобы сдружить людей, устраиваем общение вне работы. Многие наши сотрудники дружат семьями, вместе ездят на море.

- Текучка кадров чувствуется?

Геннадий: - В общем-то, нет. Приходит человек на склад, испытательный срок - две недели. За это время либо он сам понимает, что это не его место, либо коллектив его не принимает. В основном, если от нас и уходят люди, то именно таким образом. Если уж мы взяли человека, то, за редким исключением, он нам подходит.

Даже из тех, кто уходили, многие потом возвращаются. У нас особая, семейная атмосфера. Фирма - это малая академия. Тут и навыки, и образование получишь, и поддержат, если не дай Бог что-то случится. Естественно, наших ребят пытаются переманивать, но пока безуспешно.

Единственный строжайший закон: если услышу от кого-то мат - вот тогда вплоть до увольнения...

Юрий: - Каждое утро отец общается с ребятами, знает у кого какие проблемы, кто к чему стремится. Пусть на испытательный срок зарплата низкая, но человек должен понимать, что будет больше, если заслужит. Если не понимает, значит, не наш человек.

- А может ли такая небольшая фирма, как ваша, похвастаться тем, что сейчас

называют "социальным пакетом"?

Юрий: - Да, в своем роде. Например, мы обеспечиваем всем сотрудникам бесплатное питание в хорошем кафе. 250 гривен в месяц - это немного, обедами людей не удержишь. Но не это наша цель. Просто мы понимаем, что нормально работать может только здоровый человек. И хотим, чтобы нашим сотрудникам было комфортно. Многие крупные компании предоставляют вроде бы "социальный пакет", но при этом в остальном, как могут, экономят на людях. Это в корне неправильно и даже невыгодно. Ведь удовлетворенный сотрудник, который чувствует заботу о себе, который видит перспективы роста, и работает охотнее. Поэтому когда перед нами встал вопрос о замене автомобилей для торговых представителей, вместо того, чтобы приобрести машины подешевле или бывшие в употреблении (логичное решение собственников компании с целью экономии), мы решили покупать новые классом выше. Чтобы человек пересел с Renault на Volkswagen, и для него это было стимулом. Я лично настоял на этом решении. Теперь люди и на работе рвутся в бой.

- Есть ли в компании в противовес стимулирующим факторам система штрафов или наказаний?

Юрий: - Честно говоря, обходимся без этого. Мы никому ничего не навязываем, никого не увольняем. В крайнем случае, люди сами понимают, что им надо уйти, а коллектив вытесняет тех, кто не нашего склада. Даже в отношении торговых агентов, у которых есть все возможности для злоупотребления нашим доверием, мы не опускаемся до тотального контроля. Если в конце месяца я вижу распечатки их продаж с ростом, значит, они работают хорошо. И мне нет смысла контролировать, насколько эффективно они используют рабочее время и служебный автомобиль. Результаты - налицо. Даже если для эффективной работы человеку в рабочее время нужно сходить в кинотеатр "мозги проветрить" - пусть идет для пользы дела. Но в последнее время пытаемся поменять работу торговых агентов, в сторону контроля с предоставлением подробных отчетов. Меняется время, растет конкуренция, приходится менять технологию продаж.

- А какой-то учет километража, расходов на бензин ведется?

Юрий: - Бывает еду из Киева, заезжаю в Николаев, а торговый представитель выехал на рыбалку с хозяином магазина. Я не спрашиваю, почему он не на рабочем мес-

те, а наоборот желаю удачного клева. Нужно ли вообще контролировать? Люди должны быть раскованы, чтобы хорошо работать, не думая, что их за что-то упрекут или оштрафуют. Они имеют право на ошибки, поскольку мы часто являемся первопроходцами. Иногда решение нужно принимать мгновенно, нет времени даже кому-то позвонить. Они сами принимают решение, можно ли в данном конкретном случае сделать покупателю скидку. Если мы не будем им доверять, положим эти деньги в карман, то не будем первыми.

Геннадий: - Для меня эти люди как дети, я им верю, я за них переживаю.

Юрий: - Хотя именно поэтому боимся расширения фирмы... Боимся новых людей. Если количество сотрудников перевалит за сотню, их придется контролировать. Пытаемся пока регулировать ситуацию за счет рокировок. Но, конечно же, учет километража и расхода топлива ведем каждый день.

- Неужели нельзя повысить "старожил" до начальников отделов, дать им в подчинение "новичков" и тем самым сохранить традиционную для вашей компании схему работы?

Юрий: - Да, это стандартный вариант, который описан в любых бизнес-руководствах, но у нас он не выходит. Все сотрудники в компании универсальные. Если продавец-консультант заболел, на его место садится торговый агент и отпускает запчасти. Все перемешано... Я уже прослушал массу лекций, был на семинарах, пробовали делать реорганизацию... Но если сейчас создать стандартные отделы с фиксированными обязанностями, у нас не хватит людей, чтобы фирма успешно работала даже на уровне нынешней загрузки. Мы не работаем так, как работают в Польше, в Германии... Мы пробовали расширяться: брали 10 человек по регионам, платили им зарплату. В итоге, расходы

были больше, чем дополнительная прибыль. Думаю, что пока мы просто не готовы, не нашли свою схему, хотя со временем и этот этап придется пройти.

- Не планируете ли в связи с расширением бизнеса переезд в Киев?

Геннадий: - Нет, я типичный, закоренелый провинциал и не боюсь этого слова. Наш город - Херсон. Мы любим этот город. И хотя была возможность переехать, нас отсюда ни палкой не выгонишь, ни пряниками не выманишь.

- Каким образом, если не секрет, строится коллегиальное управление семейным бизнесом: в спорах побеждает "молодость" или "мудрость"?

Юрий: - В работе нельзя без мудрого советчика. Нам в среднем по тридцать, отцу 60. И если раньше я бежал вперед, а дальше что-то получалось, что-то - нет, то сейчас мы собираемся вдвоем (я, отец и Александр Серба, директор "Оригинал авто") и принимаем решение сообща. Я должен убедить остальных, привести существенные аргументы, примеры. В крайнем случае, мне говорят: "Делай, как знаешь, но мы против". Тогда я еще неделю думаю и только потом принимаю решение.

Геннадий: - Если я когда-нибудь почувствую, что не являюсь для ребят образцом, они меня больше тут не увидят в компании, даже если будут уговаривать остаться. Я хочу быть реально полезным, без наигранно вежливых отношений. Но и я считаю с мнением других. К примеру, если мне нужна большая сумма денег, я не могу взять их из кассы без ведома Александра. А если ему сегодня нужно с кем-то рассчитаться?..

- Что для вас означают деньги, и какой этический принцип вы бы назвали основополагающим в бизнесе?

Геннадий: - Главное слово - "порядоч-



ность". Даже рубль нельзя заработать не-порядочно. Тогда и работа нравится, и отношения складываются. Не люблю тех, кто любит деньги. Я пришел к выводу, что деньги получают те, кто к ним не стремится. И обязательно надо делиться. Мы никому особенно не рассказываем, но восстанавливаем церковь, куда еще наш дед ходил, когда приезжал из Сибири. Много лет проводим международный турнир по кик-боксингу, тренировки для детей. Хороший это спорт или нет, но пацанва не на улице друг друга лупит, а занимается организовано спортом под руководством тренеров. И получают не только технологию боя, но и наставника, который может направить их жизнь.



Юрий: - Если ты бизнес ведешь правильно, честно, ты будешь расти и расти. Также и деньги: их нельзя завязывать в чулок или просаживать в казино. В этом случае деньги перейдут тому, кто найдет им лучшее применение: будет помогать другим. Я в это верю, и мне кто-то помогает - Бог или провидение. Стараюсь честно вести себя по отношению к своим партнерам, клиентам и государству. У нас все открыто, все "в белую". Даже сотрудники сами себе зарплату рассчитывают и просто приносят мне отчеты на подтверждение.

- На каких товарных группах основан ваш бизнес?

Юрий: - Сегодня мы взяли курс на прямую дистрибьюцию, поскольку поняли, что с брендом, который завозится в Украину стихийно, мы не выдерживаем конкуренцию. Большая структура, высокоопла-

чиваемые сотрудники, содержание склада, налоги... Мы не можем конкурировать с харьковским или запорожским рынком. В дистрибьюцию бренд берем и как региональный представитель на юге Украины от украинских импортеров и производителей, так и на всю страну - завозим сами. У нас есть масла разных ценовых групп, импортные и "отечественные", очень широкий ассортимент автохимии - BBF и K2. Подшипники волжские и вологодские. Взяли дистрибьюцию глушителей. С Америкой начинаем работать, с Индией. Хотим заняться серьезно запчастями, для чего выбрать один бренд с широким ассортиментом. Но самая главная задача - качественно доставлять продукцию, пос-

кольку розничные цены уже практически сравнивали с харьковскими, но при этом гарантируем покупателю доставку. Если надо, то с отсрочками, кредитами. Много расходов, конечно, приходится на транспорт, но без этого никак нельзя. Я вижу за этим будущее, поэтому, завязав пояса, идем по этому пути.

- Что, по-вашему, помимо цены, качества, сервиса, имеет значение в продаже автотоваров?

Юрий: - Наши розничные покупатели - это те же люди, которые покупают продукты, мебель или аудиотехнику. И при покупке автотоваров они не отключают обычные человеческие эмоции. Для них покупка запчастей - это не радость, а решение некой проблемы. Деньги, которые можно было бы потратить на семью (к примеру, сходить с детьми в зоопарк), нужно отдать за какой-то глушитель. А ес-

ли он будет еще и поцарапанным, то покупка вообще вызовет отрицательные эмоции. В то же время, предположим, человек ожидал обычный железный глушитель, а ему предложили отличный алюминиевый - уже позитив! Так же и с моторным маслом. Вроде, продаем по хорошей цене. Но грязная канистра внушает покупателю мысль о том, что он купил залежавшийся, никому не нужный товар. Так почему бы ее не протереть? Кто-то, может, и не заметит, но есть люди, которым чистая канистра доставит удовольствие. Все мы, в первую очередь, "покупаем" глазами, а женщины - особенно...

То же правило верно и в отношении наших оптовых клиентов. Даже самому богатому человеку приятно внимание. Он радуется, когда ты привозишь ему боченок пива или даришь красивую ручку. В ответ он поит тебя кофе, и завязывается нечто большее, чем просто деловые отношения "продал-купил". Мы будем дарить подарки даже тем, кто нас не любит. У нас есть такая система: магазин не хочет с нами работать, считает конкурентами, а мы в праздник приезжаем и просто дарим подарки, не предлагая ничего купить у нас. Ездим туда полгода. А потом, отследив, что человеку интересно, предлагаем этот товар. И он уже расцветает, потому что буквально ждал нас с этим предложением.

- Не собираетесь ли диверсифицировать свой бизнес?

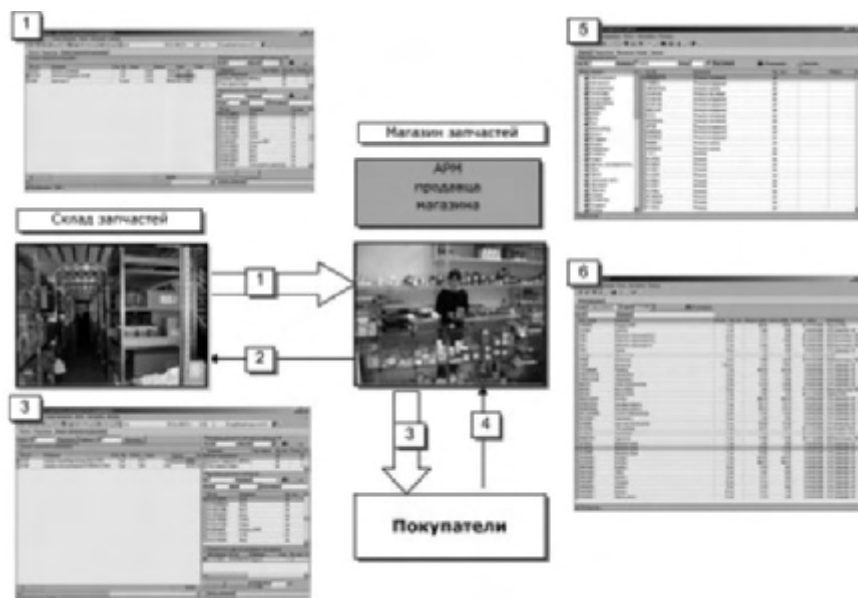
Юрий: - Нет, мы принципиально вкладываем деньги только в бизнес, в котором сейчас работаем. Говорят, нельзя класть яйца в одну корзину. Это не о нас. Было время, когда я купил 12 магазинов - бывшую городскую сеть промтоваров. Был молодой, хотелось собственности. Не советовался с отцом... В итоге продал раз в 10 дешевле, чем купил. Вообще хотел даром отдать. Эти магазинчики начали нас просто раздевать. Это другой бизнес! Его надо уметь контролировать. Может быть, не будь того случая, сейчас я бы сделал еще более дорогую ошибку. Ведь иногда, к примеру, в супермаркете при виде длинных очередей может возникнуть мысль: вот, надо было супермаркетами заниматься... Но ты же не знаешь, сколько стоит его построить, оснастить, нанять людей и прочее. Ни в коем случае нельзя стремиться к быстрым и чужим деньгам. Быстрые деньги уходят гораздо быстрее, чем приходят. А заработанные деньги нужно уважать и ценить. Только тогда они преумножаются и приносят удовлетворение.

Беседовал **Александр Кельм**

Логистика магазина запчастей в ИАС СТО

(Продолжение.)

Начало см. в предыдущих номерах)



На большинстве СТО, как правило, имеется магазин запчастей, в котором клиент может приобрести необходимые ему автозапчасти. Отличительной особенностью работы магазина запчастей является то, что в данном подразделении товар реализуется конечному потребителю без предоставления каких-либо автосервисных услуг. Рассмотрим логику работы магазина запчастей в условиях функционирования информационно-аналитической системы СТО (ИАС СТО), схема которой отражена на рисунке.

Товар в магазин запчастей, как правило, поступает с центрального склада запчастей СТО (1). Оформление прихода товара в магазин в ИАС СТО происходит следующим образом: продавец-консультант со своего рабочего места обращается к базе данных центрального склада запчастей и резервирует те позиции товара, которые ему необходимы для размещения в магазине. После выбора необходимых запчастей автоматически формируется приходная накладная на внутреннее перемещение товаров со склада в магазин. На основании приходной накладной осуществляется отпуск-приемка товара из одного подразделения СТО в другое. После передачи каждой позиции товара он автоматически списывается со склада и приходится в магазине.

Если нужна для выполнения заказ-наряда запчасть отсутствует на складе, но имеется в данный момент в магазине, то ИАС СТО позволяет оформить внутреннее перемещение запчасти из магазина на склад (2).

Оформление продажи товара конечному потребителю (3) в ИАС СТО осуществляется путем формирования расходной накладной и кассового чека. После отпуска товара потребителю проданные товарные позиции автоматически списываются со склада магазина. Для тех товаров, на которые нанесен штрих-

код, продавец может использовать сканер штрих-кодов, с помощью которого информация о продаваемом товаре автоматически будет включена в расходную накладную.

При отсутствии необходимой клиенту запчасти продавец может осуществить поиск запчасти на центральном складе или на других складах СТО и, если она найдена, оформить документы внутреннего перемещения запчасти со склада в магазин для последующей ее продажи конечному потребителю.

Возврат товара от покупателя (4) оформляется путем оформления возвратной накладной. При возврате товара продавец-консультант заносит в базу данных информацию о причине возврата товара, что позволяет впоследствии анализировать причины возвратов и принимать соответствующие управленческие решения.

На каждую товарную позицию в базе данных ИАС автоматически создается электронная карточка складского учета (5) (далее по тексту ЭКСУ), которая показывает продавцу движение каждой запасной части по магазину запчастей. Информация в ЭКСУ автоматически заносится при оформлении всех приходных и расходных документов. Используя ЭКСУ, продавец в любой момент времени может получить ответы на следующие воп-

росы. От кого и когда поступил товар в магазин и по какой цене. Кому продана каждая товарная позиция товара, когда и по какой цене. Сколько товара данной позиции имеется в магазине. А, используя значения необходимого и минимального количества данной позиции товара, продавец может своевременно сформировать заказ на пополнение магазина необходимыми запасными частями и расходными материалами.

В любой момент времени продавец может сформировать инвентаризационную ведомость (6) и получить отчет о реализации товара. Эти документы позволяют получить ответы на следующие вопросы. Сколько товара находится на складе на данный момент времени как в стоимостном, так и количественном выражении, а также в разрезе номенклатурных групп и других показателей. Какие товары быстро реализуются, а какие залеживаются на полках магазина.

ИАС СТО позволяет в режиме реального времени контролировать и анализировать объемы продаж товара магазином за любой период времени (день, неделю, месяц, квартал, год). Анализировать продажи товара в разрезе групп товаров, марок и моделей автомобилей, сезонности, ценовой характеристики и т.п., а также с учетом этого анализа оптимально формировать заказы на пополнения склада магазина, регулировать ценовую характеристику товара, проводить акции и другие мероприятия, направленные на увеличение удовлетворенности клиентов и повышения доходности магазина.

В заключение отметим, что ИАС СТО позволяет на одном предприятии вести одновременно несколько складов запчастей и материалов. Одним из таких самостоятельных складов является магазин запчастей. С учетом этого можно анализировать реализацию запчастей как в целом по всему предприятию, так и по отдельным подразделениям и складам. ИАС СТО позволяет руководителю оценивать эффективность работы магазина и на основании таких оценок стимулировать работу продавцов.

Олег Комиссаров, к. т. н., доцент,
Михаил Иванович, ассистент



ENERGO-SOFT
INFORMATION TECHNOLOGIES

Консалтинговые услуги

и программное обеспечение для автобизнеса

ООО «ЭнергоСофт Консалтинг»
г. Киев, ул. Красноткацкая, 59
тел./факс: (044) 502-88-02
тел.: (067) 505-87-21
e-mail: esoft-auto@bigmir.net
www.esoft-auto.com



Поведение покупателя: step by step



Процесс купли-продажи подразумевает взаимодействие двух сторон, преследующих, тем не менее, одинаковую цель - свести к минимуму свои затраты. Причем расходы одной стороны и прибыль другой - величины, находящиеся в прямой зависимости. Такое непосредственное столкновение полярно противоположных интересов порождает сложную систему эмоциональных взаимодействий между сотрудниками компаний-покупателей и компаний-продавцов. Конечно, взаимодействие организаций не ограничивается только эмоциями. Но принятие решения, например, о закупке оборудования у конкретной компании, не в последнюю очередь зависит от личного восприятия поставщиков представителями центра принятия решений (или закупочного центра) - группы, ответственной за совершение соответствующих операций, определение критериев отбора поставщиков, непосредственно отбор, оформление документации и т.д. Это сложная структура, на общее решение которой влияет мнение каждого отдельно взятого его участника. Главная задача сбыта - определение лиц, имеющих наибольшее влияние на принятие окончательного решения, налаживание контактов с ними, убеждение в преимуществах предлагаемого товара, его максимальном соответствии требованиям, предъявляемым клиентом. Излишняя настойчивость (или пассивность) при попытках убеждения, как правило, не приносят результата и настраивают клиента негативно. Главным аргументом должна быть полная официальная информация о товаре. В конце концов, выбор все равно остается за ним и зависит, в первую очередь, от его интересов.

Нередко в погоне за деньгами клиента продавец забывает о самом клиенте, о том, что покупатель - это не только способ пополнить бюджет родного предприятия. В первую очередь, это человек, у которого возникла проблема. И для успешного ее решения он обратился именно к вам. Игнорировать такое доверие нельзя ни в коем случае. Тем более, конечным результатом приложенных усилий будет ощутимое пополнение корпоративного счета...

Именно умение налаживать отношения имеет определяющее значение для многих сфер деятельности организации.

Что касается процесса непосредственно принятия решения, то условно его принято разделять на три стадии.

Признание потребности (recognition of need)

Предположим, результаты деятельности компании за определенный срок оказались неудовлетворительными (снижение качества предоставляемых услуг или производимого товара), что повлекло за собой уменьшение прибыли и потерю нескольких клиентов. Руководитель, проанализировав ситуацию, приходит к выводу, что причиной является устаревшее оборудование. С осознанием этого факта приходит неудовлетворенность от итогов функционирования организации, которая со временем достигает определенного (критического) уровня, когда принимается решение о необходимости закупки нового оборудования.

Таким образом, у потенциального покупателя на основе недовольства сформировалась четкая осознанная потребность, требующая удовлетворения. Также на этом этапе определяются спецификация и количество требуемых изделий.

Сейчас наиболее эффективные действия со стороны продавца - развитие этой неудовлетворенности с помощью диалога о проблеме. Попытки сразу презентовать свою продукцию, скорее всего, будут восприниматься как давление и вряд ли увенчаются успехом. Но если поставщик в состоянии аргументировано убедить клиента в целесообразности применения именно его продукта, то процесс продажи может завершиться на этом этапе.

Существует несколько вариантов эффективного поведения продавца. Согласно **первому** из них, следует сразу приступить к об-

суждению проблем покупателя, предварительно убедившись в том, что он готов к разговору. Фактически - готов делиться информацией о себе и воспринимать ваши предложения. **Второй** метод связан с устным выражением и ориентирован на то, чтобы сразу завладеть вниманием с помощью яркой интригующей фразы, которая подводит интерес клиента к осознанию преимуществ, которые он получит вместе с товаром. **Третий** способ действий ориентирован на признание покупателя и его достижений, стремление строить, в первую очередь, равноправные партнерские отношения. **Четвертый** метод подразумевает воздействие на покупателя посредством обращения к профессиональным проблемам, мнениям экспертов в данной области. Этот метод интересен тем, что ссылаются на группу, к которой принадлежит собеседник, на группу, от которой он часто отделен или отрезан, но о которой он всегда стремится узнать новости, получить информацию и интересы которой он разделяет. Такая информация часто приносит ему облегчение, восстанавливает шкалу приоритетов, позволяет судить о ее истинности, сообщает



Задача продавца - не оставить без внимания ярко выраженную потребность покупателя.

о стремлениях и желаниях коллег. Этот метод также содействует созданию позитивной и конструктивной атмосферы.

"Как вы относитесь к возможности снижения затрат на производство?", – приблизительно так должна звучать первая фраза продавца, если он решил воспользоваться **пятым** способом установления контакта. А отказаться даже от перспективы получения определенной выгоды очень сложно. Кроме того, такая постановка вопроса позволяет выявить другие потребности или интересы, о которых прежде и не помышляли. Путь к обсуждению сути сделки пролегает через внимательное изучение потребностей клиента. Мнение большинства специалистов сходится на том, что в действительности продаются не товары, а идеи услуг, которые эти товары могут предоставить покупателю.

Оценка возможных вариантов (evaluations of options)

На этой стадии клиент, определившись с тем, какие критерии при выборе продукции будут определяющими, изучает рынок предложений, выбирая наиболее приемлемые варианты. Происходит поиск информации о возможных поставщиках, продукции и других моментах, интересующих покупателя. После того, как из общего списка отбираются несколько кандидатов, клиент запрашивает и анализирует их предложения (в соответствии с установленными критериями). Заключительным моментом этого этапа является выбор процедуры заказа – окончательная проработка деталей, связанных с оплатой и доставкой. Если выбор поставщика в значительной мере обуславливается условиями доставки, то этот этап объединяется с предыдущим.

Наиболее распространенная ошибка продавцов на этой стадии – нежелание работать с критериями выбора покупателя. А ведь это – основополагающий момент! Разобравшись в системе ценностей клиента, организация может корректировать свои действия в соответствии с его ожиданиями, фактически – предложить необходимый продукт на удовлетворительных условиях. Немаловажная деталь – умение правильно построить диалог с клиентом. А на этой стадии его условно можно разделить на такие составляющие, как приведение доводов и презентация товара.

Аргументация в данном случае – умение представить продукцию так, что у клиента не остается сомнений в ее качестве, готовности поставщика к диалогу о ней. Она имеет отношение, во-первых, к рациональному миру, где трезво мыслят и хорошо излагают свои мысли, к логическому порядку вещей и ораторским приемам; во-вторых, к скрытым способам выражения иррационального и эмоционального, а также влияния, которое проявляется по отношению к

Компания Toyota UK оценивает возможности поставщика на основании четырех критериев:

- *взгляды руководства и его возможности;*
 - *качество средств производства и уровень инвестиций в технологии;*
 - *система контроля качества;*
 - *возможности в сфере исследовательской деятельности и разработок.*
- Отобранные поставщики не вызывают сомнений относительно ожидаемого соответствия стандартам и необходимости устанавливать с ними долгосрочные отношения. Чтобы способствовать процессу формирования взаимоотношений, в Toyota UK созданы технологические бригады помощи, которые помогают выработке у поставщиков понимания выдвигаемых перед ними требований и выполнению этих требований.*

другим. При попытках убедить клиента стоит помнить высказывание Марселя Шаптэна: "Клиента убеждает не то, что мы говорим, а то, что он понимает".

Бесспорно, лучший в мире аргумент – это реальное доказательство всего того, о чем мы говорим. Потому смело используйте все возможные доводы: наиболее простые кривые, графики, показывайте образцы, используйте все богатство средств речевого общения – язык продавца должен быть корректным, образным, ярким и точным. Что касается последовательности изложения аргументов, то существует несколько правил, которые помогут построить речь в наиболее приемлемом варианте. Не стоит начинать беседу с наиболее весомых доводов. Впрочем, как и с наиболее слабых. Лучше всего разумно чередовать сильные и слабые аргументы, ставя определяющие доводы в середину или конец беседы. Наконец, всегда следует иметь аргумент для завершения, для решающего обоснования своей позиции. Таким образом, мы предотвратим возможные отступления клиента и переломим его колебания в последнюю минуту.

Не нужно бояться говорить о недостатках товара. Клиент в праве знать обо всех особенностях продукции, на которую он собирается потратить самое ценное, что у него есть – деньги. Безусловно, предварительно нужно удостовериться в том, что недоработки, о которых вы собираетесь рассказать, не являются определяющим критерием при выборе. Такая откровенность поможет вам превратить слабые стороны товара в немалое преимущество.

Так как покупатель находится на стадии выбора из нескольких альтернатив, вполне естественно, что его будет интересовать ваше мнение о конкурентах, предлагающих аналогичную продукцию. Вопрос деликатный и требует особого подхода. Если же клиенту приходится выбирать между вашим предложением и предложением конкурирующей организации, вам и вашим конкурентом, полезно использовать ход рассуждений, предложенный Р. Мулинье. "Если сравнивают два решения, каждое обладает:

- общим для обоих преимуществами,
- преимуществами, составляющими исключительную принадлежность одного из решений,
- общими недостатками,
- недостатками, составляющими исключительную принадлежность одного из решений".

Р. Мулинье продолжает: "Очевидно, чтобы склонить к моему решению, я должен направлять моего собеседника в сторону:

- преимуществ, являющихся исключительной принадлежностью моего решения,
- преимуществ, общих для обоих решений,
- недостатков, являющихся исключительной принадлежностью другого решения.

Таким образом, следует избегать всеми возможными способами недостатков, являющихся исключительной принадлежностью нашего решения; преимуществ, являющихся исключительной



Известный специалист в области презентации Роберт Линдстром (Robert Lindstrom) считает, что начало презентациям положил первобытный человек, нарисовавший на стене пещеры рисунок, поясняющий свой рассказ соплеменникам. С тех пор зрительные образы помогают людям общаться, объяснять, понимать, воспринимать и запоминать информацию.

Анкетирование, проведенное Американским центром изучения потребительских предпочтений (U. S. Office of Consumer Affairs), выявило следующие небезытересные факты:

- один из четырех потребителей недоволен какими-либо аспектами предоставляемой услуги;
- только 5% недовольных покупателей пожалуются компании. Остальное молчаливое большинство предпочтет уйти к конкурентам, нежели устраивать драку. Им все равно, где делать покупки;
- разочарованный потребитель расскажет 10-20 другим (в среднем 12) о компании, которая предоставила ему некачественную услугу. Однако некоторые люди способны рассказать сотням и даже тысячам.

принадлежностью другого решения; и недостатков, общих для двух решений".

Впрочем, одними разговорами сыт не будешь. Так и покупатель - послушав, жаждет конкретики. Именно с этого момента можно говорить о начале **презентации** товара - фактическом подтверждении всего сказанного раньше. К процессу отбора единицы продукта, который будет представлять всю остальную линейку, нужно подойти серьезно. Такую же строгость стоит проявить и при отборе персонала, участвующего в событии. Первое впечатление зачастую оказывается самым важным, поэтому не стоит жалеть усилий на организацию достойного представления.

Главная цель действия - наглядно продемонстрировать клиенту все выгоды, которые ему сулит покупка товара, и убедить в необходимости приобрести его именно у вас... Что ни говори, а презентация - прекрасный способ сформировать правильное отношение к себе со стороны клиента...

Разрешение сомнений (resolution of concerns)

Этот заключительный психологический этап совершения покупки, в полной мере присутствующий как оптовым, так и розничным покупателям.

Клиент определился с продуктом, который удовлетворит его потребность, выбрал поставщика, решил много сопутствующих вопросов. Но он продолжает испытывать естественные сомнения по поводу качества товара, того, насколько оправдывает себя его приобретение и т.д. Задача продавца - обеспечить уверенность клиенту в том, что он не окажется "в минусе" даже если продукт не удовлетворит его полностью.

К тому же, фактически на протяжении всего времени, необходимого для принятия решения, покупатель испытывает постоянное давление со стороны продавцов. В таких условиях сопротивление - естественная реакция на происходящее. Отвечая на ваши предложения возражениями и попытками раскритиковать продукцию, он всего лишь защищается от испытываемого давления. Рассмотрим, в какие формы облекает сопротивление клиентов. Можно, по-видимому, различить три главных рода возражений:

- необоснованные возражения, служащие отговоркой;

- искренние и необоснованные возражения;

- искренние и обоснованные возражения.

Впрочем, нет таких возражений, из которых нельзя извлечь пользу. Первый тип возражений - банальное нежелание продолжать какой-либо диалог. Причем, скорее всего, клиент не столько не заинтересован в товаре, сколько насторожен поведением продавца (возможно, излишне агрессивным). Поведение в таком случае следует скорректировать в соответствии с ожиданиями покупателя.

Искренние, но необоснованные возражения (по факту - предубеждение) чаще всего представляют собой представления (нередко навязанные), клиента о продукте, его предполагаемых свойствах. Потому вполне уместно будет обсудить эти свойства, уделить им внимание, соответствующее их значению. Разговор, подкрепленный доводами и фактами, даст возможность клиенту сформировать более реалистическое и объективное мнение о продукте.

Искренние и обоснованные возражения свидетельствуют о глубоком знании продукта покупателем, его осведомленности и возможности обосновывать свой выбор непререкаемыми доводами. В любом случае, избегать диалога не стоит. Если вам и не удастся переубедить собеседника в своей правоте, вы узнаете, какие именно свойства продукта не удовлетворяют потребителя. Тоже немалая польза.

Напомним о тех важных моментах, которые касаются ответа на возражения. Они состоят в том, чтобы:

1. Дать возможность клиенту выразить возражение наиболее полно.
2. Не говорить клиенту, что он не прав.
3. Произвести отбор моментов, с которыми мы согласны и с которыми не согласны.
4. Откладывать и оттягивать возможно дольше момент разговора о цене и помнить, что ее всегда находят слишком высокой, когда товар не вызывает желания совершить покупку.
5. Избегать дискуссионной манеры, при которой стремятся одержать верх над оппонентом.

6. Быть в курсе всех возражений, которые нам чаще всего делают в отношении наших товаров и услуг.

7. Не задерживаться на возражении, которое трудно опровергнуть, но вернуться к нему позже или в последний момент.

8. Наконец, уяснить для себя, что высказывание возражения со стороны клиента зачастую является первым признаком того, что он желает приобрести товар и ищет оправдания своей покупке.

Работа с возражениями - составляющая нормального диалога между продавцом и покупателем, неотъемлемая составляющая процесса продаж.

Этап внедрения (implementation)

Наивно полагать, что процесс продаж заканчивается на стадии разрешения сомнений. Следующий шаг - своеобразное закрепление позиций, представляющее собой установку, сервисное обслуживание, любое другое взаимодействие с клиентом, дающее возможность осуществления дополнительных продаж.



Извините, простите... У меня снова предложение!

Что касается модели поведения продавца, то наиболее общую схему, так называемую "шкалу продаж", предложил Ж.-Ф. Кролар. Схема включает следующие элементы:

- установление контакта, выявление потребности клиента;
- аргументация и представление товара, работа с возражениями;
- осуществление продажи.

Конечно, столь упрощенная модель не может учитывать все детали процесса, но удачно отображает его ключевые моменты. Поведение покупателя и пути наиболее результативного взаимодействия с ним на разных этапах рассмотрены выше.

Правильное поведение продавца на каждом этапе процесса принятия решения покупателем подразумевает глубинное понимание мотивов, которыми руководствуется клиент, даже если самому клиенту они ясны не до конца...

Материал подготовила **Татьяна Краснова**

autoExpert

для профессионалов автобизнеса

Уважаемые коллеги!

На сайте WWW.AUTOEXPERT.COM.UA начинается заполнение рубрики "База фирм". Рубрики: "Запчасти, аксессуары", "Масла, смазки", "Автохимия, автокосметика", "Все для покраски", "Грузовой сервис", "Автосервисное оборудование", "Ремонтные центры", "Тюнинг", "Программное обеспечение". Только для оптовых компаний.

Размещение до 01-01-2007 - **БЕСПЛАТНО**. Предлагаем Вам заполнить соответствующую "форму" для размещения информации о вашей компании на нашем сайте.

Получить "форму" можно по запросу, отосланному на наш электронный адрес autoexpert@bigmir.net.



Стекло «триплекс» для всех видов наземного транспорта
Установка стекол и гнутых стеклопакетов на транспорт

Запорожье (0612) 65-46-41; 65-40-14
Продажа: Киев (044) 525-85-08
Симферополь (0652) 24-98-44
Мукачево (03131) 5-47-71

Aisin - запчасти для японских и корейских автомобилей

Ассортимент ООО "Интер Кар Юг" пополнился новой продукцией Aisin. Торговая марка Aisin принадлежит японской фирме Aisin Seiki Co., Ltd (Asco) - ведущему производителю запчастей для японских и корейских автомобилей. Выпускаемая продукция представлена широким спектром запчастей, основными из которых являются детали сцепления и водяные насосы. Также компания производит автоматические и механические КПП для легковых автомобилей и небольших фургончиков, автомобильную электронику и др.



Полная линейка продукции Aisin представлена на складе компании в г. Николаеве.

Справка. Aisin Seiki Co., Ltd (Asco) основана в августе 1965 года в Японии из компаний, имевших двадцатилетний опыт производства авиационных двигателей и автомобильных частей. На данный момент в ее состав входят 11 заводов, расположенных в разных частях мира. В июле 1997 года на всю продукцию Aisin получены сертификаты соответствия ISO 9001 и QS 9000, а в апреле 1999 года всем фабрикам группы Aisin присужден сертификат ISO 14001. На сегодняшний день Aisin является крупнейшим поставщиком сцеплений на конвейер японских и корейских производителей автомобилей, а также входит в состав концерна Toyota.

«Интер Кар Юг», г. Николаев, ул. Дзержинского, 186-а
тел.: (0512) 55-38-01, 55-38-02, 24-91-84, 24-91-34
e-mail: dyrektor@intercar.mk.ua, www.intercar.mk.ua

Спойлеры Top Wing - красота и надежность



Спойлер - одна из самых эффектных деталей внешнего тюнинга и весьма полезное дополнение к автомобилю. Создавая прижимную силу, спойлер способствует лучшему сцеплению шин с дорогой. Но увы, не каждый красивый спойлер создает правильный аэродинамический эффект.

Существенное влияние на эксплуатационные характеристики спойлера оказывает материал, из которого он изготовлен. Наиболее качественные и практичные спойлеры изготовлены из АБС, в отличие от широко распространенных изделий из стеклопластика.

Внешний тюнинг, или аэродинамический обвес, является неотъемлемой частью тюнинга любого автомобиля. В отличие от других видов тюнинга (двигателя, трансмиссии, подвески, электрооборудования), после их применения автомобиль не снимается с заводской гарантии. При этом грамотно рассчитанное антикрыло и передний спойлер способны существенно улучшить аэродинамику автомобиля и создать дополнительную прижимную силу, что обеспечит экономию топлива, улучшит управляемость и увеличит максималь-

ную скорость. Такие спойлеры производит компания Top Wing Co.

Спойлеры компании Top Wing Co имеют ряд преимуществ: качество OE-класса (спойлеры изготовлены на самом современном немецком оборудовании с применением передовых технологий), простота установки, высокая прочность и ударостойкость, легкость (вес от 1-2,5 кг), высокая термостойкость (диапазон выдерживаемых температур - от -40 до +95°C), дополнительный стоп-сигнал на спойлере, разнообразие модельного ряда (более 150 видов). По результатам ряда испытаний в аэродинамической трубе, наблюдается снижение коэффициента аэродинамического сопротивления на 1,5% и аэродинамической подъемной силы на передней оси на 7%, на задней - на 41,5%.

Компания Top Wing Co была основана на Тайване в 1985 году и сегодня является поставщиком на конвейер для Nissan, Mitsubishi, Toyota. Компания разработала спойлер для Nissan Sunny, Sentra, Pulsar. Четыре ключевые изделия компании - это декоративные колпаки на колеса, спойлера, пороги для внедорожников и защитные бампера ("обвес"). Top Wing Co - международная компания, которая предоставляет изделия самого высокого качества по конкурентоспособным ценам. Качество продукции подтверждено сертификатами QS9000, ISO9002 и TS98289. Коллектив компании - это более 200 высококлассных профессионалов, обеспечивающих строгую проверку качества на всех стадиях производства, что гарантирует высокую конкурентоспособность продукции на мировом рынке.

Официальным представителем Top Wing Co в Украине является компания "Дракар Мотор".

ООО «Дракар Мотор»

г. Днепропетровск, ул. Савкина, 6а
тел.: (056) 374-17-42, (097) 540-99-33
e-mail: parts@dracar.com.ua, www.dracar.com.ua

Met Gum - резинометаллические запчасти к импортным и отечественным автомобилям

В августе ТД "Опус" дополнил ассортимент рези-
нотехнических изделий подвески продукцией отечественного производителя Met Gum (г. Днепропетровск).

Частное малое предприятие под торговой маркой Met Gum существует с 2001 года и специализируется на производстве резинометаллических запасных частей к импортным и отечественным автомобилям. В настоящее время освоено производство более трехсот наименований изделий. Впервые в Украине начата разработка и выпуск запчастей ходовой из армированных полиуретанов. Применяемые сырье и материалы, за исключением нескольких компонентов, украинского производства.

Предприятие работает в соответствии с утвержденными Госстандартом Украины техническими условиями. Периодически проводятся проверки на предмет соответствия производства нормативной технической документации институтом эластомерных материалов и изделий (УНИКТИ "ДИНТЭМ") и Головной организацией метрологической службы Министерства промышленной политики Украины. Работа предприятия отмечена золотым знаком "Global Quality Management" (Управление глобальным качеством) и VIII Международным Призом (NEW MILLENNIUM AWARD), Испания, Мадрид, 2005 год.

Вся продукция Met Gum представлена в каталоге, который имеет удобный поиск (по моделям автомобилей, размерам, оригинальным номерам и номерам других производителей), чертежи и фото деталей, а также схемы установки.

Магазины сети ТД "Опус": г. Хмельницкий, т. (0382) 711-000, ф. (0382) 710-900, info@opus.km.ua; г. Киев, т. (044) 467-55-75, ф. (044) 467-55-65, info@opus.kiev.ua; г. Кировоград, т. (0522) 365-001, 365-002, 365-003, info@opus.kr.ua; г. Винница, т. (0432) 52-20-21, ф. (0432) 52-20-34, info@opus.vinnica.ua; г. Тернополь, т. (0352) 52-99-27, ф. (0352) 43-38-52, info@opus.te.ua; г. Донецк, т. (062) 385-65-32, ф. (062) 385-65-67, info@opus.dn.ua; г. Харьков, т. (057) 707-00-98, ф. (057) 707-03-13, info@opus.kh.ua; г. Одесса, т. (0482) 33-79-95, ф. (0482) 33-79-97, info@opus.odessa.ua; г. Львов, т./ф. (032) 242-02-12, info@opus.lviv.ua

«Кама» приглянулась китайским пиратам

Как сообщает издание "Коммерсант", на шинном заводе Yellow Sea в городе Циндао (Qindao) была обнаружена продукция, маркированная словом "Кама".

"На снимках (оказавшихся в распоряжении ТД) видно, что рисунок шин отличается от нашего, шрифт логотипа тоже другой - но, тем не менее, надпись "Кама" читается четко", - пояснил Биктимиров. Тем не менее сейчас факт незаконного использования товарного знака нуждается в документальном подтверждении.

Обиженные нижекамцы написали письмо в Yellow Sea, в котором просят китайских товарищей прояснить сложившуюся ситуацию. Пока китайская сторона молчит, но нижекамские шинники не исключают вероятности того, что им придется обращаться за помощью к властям республики. "Для нас очень важно защитить свое имя, поскольку сейчас мы активно занимаемся продвижением своей продукции именно в Китае - в частности, предполагаем комплектовать нашими шинами китайские автобусы", - отметил исполнительный директор ТД "Кама" Ренат Биктимиров.

Если учесть, что среди пострадавших от китайских шинных пиратов есть такие компании, как Michelin, Goodyear, Dunlop, можно сказать, что "Кама" попала в хорошую компанию.

Аккумуляторы на все виды техники



Компания "АФСО" продолжает развивать направление товаров, относящихся к системе электрооборудования автомобиля. В ассортименте компании - отечественные и импортные аккумуляторы на легковые и грузовые автомобили, мотоциклы, тракторы, а также специальную и промышленную технику.

В компании "АФСО" можно оптом или в розницу приобрести аккумуляторы ведущих отечественных и зарубежных марок: ISTA, OBERON, VARTA, DETA, FORSE корпорации WESTA, "Аккумулятор" Курского завода и др., что позволяет каждому покупателю подобрать АКБ по наилучшему сочетанию цена/качество. Емкость представленных моделей - от 6СТ 44 А/ч до 6СТ 225 А/ч. Гарантия на все АКБ 2 года.

Среди сопутствующих товаров - зарядные устройства (от 15 до 30А) и пуско-зарядные устройства (от 115 до 800А) отечественного производства. Нагрузочные вилки в ассортименте.

Создаем дилерскую сеть
Система скидок для постоянных и оптовых покупателей

ООО «АФСО»

г. Киев, тел.: (044) 529-91-23, 569-44-84, 569-44-86, факс: (044) 569-44-85
www.afso.com.ua

КАЧЕСТВО - это когда возвращается покупатель, а не аккумулятор!

DENSO

DiMED

ТОВ "ДіМед" - офіційний дистриб'ютор DENSO в Україні

Україна, 49064
м. Дніпропетровськ
пр. Калініна, 68

33-33-23
тел.: (0562) **33-33-88**
33-33-99

СВІЧКИ ЗАПАЛЮВАННЯ
ЩІТКИ СКОЛОЧИШУВАЧІВ
ДИЗЕЛЬНІ РОЗПИЛЮВАЧІ

e-mail: dimed@denso.dp.ua
www.dimed.com.ua

ЗАПЧАСТИНИ ПАЛИВНИХ НАСОСІВ ВИСОКОГО ТИСКУ

antExpert ©



«Выносливые» электробензонасосы

В прошлом номере мы уже представляли вам новый бренд SPART, который в Украине представляет компания ЗАО «Росэкспорт» (г. Киев), имеющая многолетний опыт продаж известных мировых брендов и оригинальных автозапчастей.

Владелец бренда - компания SPART Automotive Inc. - была основана в Нью-Йорке командой единомышленников. Сегодня концерн работает со многими заводами-производителями по всему миру и поддерживает гарантию на всю продукцию. Компания предлагает только автозапчасти, эквивалентные по качеству оригинальным (OE - original equipment). SPART Automotive Inc. тесно сотрудничает с заводами-поставщиками автокомплектующих на конвейеры мировых автопроизводителей. Работа с такими партнерами обеспечивает высокое качество продукции.

Компания «Росэкспорт» предлагает широкий ассортимент продукции SPART. Это - автоэлектрика, детали подвески, рулевого управления и тормозной системы, система охлаждения, фильтры.



Ассортимент продукции охватывает более 90% моделей современных автомобилей, а по электробензонасосам является наиболее широким и почти на 100% покрывает автомобильный парк Украины. Именно электробензонасосы являются наиболее продаваемой группой продуктов торговой марки SPART.

Учитывая качество реализуемого в Украине топлива, неудивительно, что электробензонасосы выходят из строя достаточно часто. Поэтому качество данного устройства должно быть вне сомнений. Качество автозапчастей заводов-производителей, с которыми сотрудничает Spart Automotive, подтверждено международными сертификатами. Сегодня компания SPART предоставляет наиболее широкий ассортимент сопутствующих запчастей к электробензонасосам. Это фильтры, адаптеры, монтажные комплекты. Соотношение «цена-качество» бензонасосов SPART является самым оптимальным с точки зрения клиентов на рынке Украины. Сегодня на складе компании «Росэкспорт» постоянно находятся более 90 позиций электробензонасосов, которые могут удовлетворить любой спрос. За довольно короткий период электробензонасосы SPART успели завоевать популярность у автолюбителей и профессионалов. География поставок постоянно расширяется и сегодня охватывает Киев и Киевскую область, западную и восточную Украину. Компания «Росэкспорт» предоставляет техническую и консультативную поддержку любому клиенту.

См. дополнительную информацию на стр.4

ЗАО «Росэкспорт»

тел.: (044) 496-96-90 (многоканальный), e-mail: info@rosexport.com.ua
г. Харьков, авторынок «ЛОСК», ряд 14, место 15, тел.: (057) 757-63-61

Система Bosch VDM - снижение риска аварии и улучшение динамики движения

Компания Bosch разработала специальные версии VDM (Vehicle Dynamics Management) для каждой из двух присутствующих на рынке систем усиления рулевого управления - Dynamic Steering Angle Control (DSA) для автомобилей с активной регулировкой угла рулевого колеса и Dynamic Steering Torque Control (DST) для транспортных средств с электроусилителем руля.

Система Bosch VDM обеспечивает сетевое соединение программы электронной стабилизации ESP® с другими активными системами транспортного средства, воздействующими на процесс вождения, используя уже имеющиеся датчики, блоки управления и приводы.

Функция DSA самостоятельно увеличивает или уменьшает угол поворота передних колес, что позволяет удерживать транспортное средство на правильной траектории. Функция DST регулирует не угол поворота передних колес, а мощность электроусилителя, оптимизируя управляющие действия и помогая водителю интуитивно находить наилучшее решение.

Обе функции особенно необходимы при экстренном торможении, так как заметно сокращают тормозной путь, особенно когда на скользкой поверхности находится только одна сторона автомобиля: пока рулевое управление предотвращает занос, тормозная система может полностью сосредоточиться на торможении. Тормозной путь сокращается на 10% по сравнению с обычным ТС, оборудованным ESP®.

Инженеры Bosch разработали также функции VDM для ходовой части и трансмиссии, основанные на взаимодействии с ESP®. Одна из них - Dynamic Wheel Torque Control (DWT) - уменьшает крутящий момент колеса, расположенного на внутренней окружности поворота, и увеличивает его с противоположной стороны.

*Отдел
рекламы
журнала
autoExpert*

(044) 493-45-70

Прямые поставки ведущих производителей России д/авто ВАЗ:
ВИС, КААЗ, КЕДР, БАЗАЛТ, НАЧАЛО, СГК, ТРЕК, ДААЗ.

Запчасти иностранного производства ВАЗ:
GKN, AMK, MAHLE, VALIO, MS, DEPHI, SBR, LSA.

Доставка по Украине

000 «Универсал авто»
Боярка, Белгородская ул., 43
тел.: (044) 406-08-10, 240-29-01
e-mail: universalavto2006@yandex.ru

СТАРТЕРИ ТА ГЕНЕРАТОРИ

MAGNETON

на легкові авто:

- Opel
- Audi
- Ford
- Daewoo Lanos
- Skoda Octavia
- Skoda Felicia
- Volkswagen
- ВАЗ 2110

Запрошуємо до співпраці регіональних представників
тел.: (044) 517-52-27, (067) 509-62-41
www.magneton.com.ua

ТУРБОКОМПРЕСОРИ

Провідних світових виробників для всіх типів авто

- склад турбін
- продаж
- обмін
- ремонт за технологією заводів-виробників
- турбо для тюнінга

ДІАС-ТУРБО
Офіційний представник
тел.: (044) 205-15-94, (050) 331-15-94
(095) 347-77-71
e-mail: dias-turboua@yandex.ru
www.saabzauto.ru



Термин «демпинг» сегодня понятен (если не сказать больше - близок) любому бизнесмену, продвижением какого продукта он бы не занимался. От ценовых войн страдают все. Не составляет исключения в этом плане и отечественный рынок запчастей.

НЕТ?

У нас демпинга

Демпинг. Классика жанра

Итак, бороться за потребителя можно только с помощью манипуляции теми факторами, которые не могут этого самого потребителя оставить равнодушным. К таким «зонам влияния» обычно относят качество предоставляемого товара или услуги, качество обслуживания, ассортимент (фактически предоставление как можно более широкого выбора) и цена (комментарии излишни). А на что, в первую очередь, обращает внимание клиент? Правильно, на стоимость. По ней же, еще не попробовав продукт, он судит о качестве (безусловно, стереотип, но в большинстве случаев оправдывающий себя).

И чем ниже цена, тем более привлекательным кажется продукт (часто на уровень качества в таком случае глаза закрывают). Что поделать? Ничем нас, потребителей, не исправишь...

Вот и стремятся производители, дистрибьюторы и прочие представители торговой братии минимизировать свои издержки на производство, сырье, транспортные услуги, государственный бюджет, и т.д. Честь и хвала тому руководителю, без ущерба для качества товара или услуги, что случается крайне редко... Таковы методы ценовой конкуренции.

Но если снижение стоимости приобретает систематический (или затянувшийся) характер, а цена постепенно падает ниже себестоимости, впору говорить о демпинге - явлении небезызвестном и малопривлекательном.

Вообще классическое определение демпинга гласит о том, что это - продажа продукта на рынке определенной страны по цене ниже той, которая сложилась на

внутреннем рынке страны-производителя. Такие ситуации не редкость и требуют соответствующей реакции со стороны государства. Одними из первых антидемпинговые положения приняли в 1904 году Канада. Их примеру последовала Новая Зеландия (1905), Австралия (1906), а со временем и другие государства. Вопросы, связанные с демпингом, обсуждались на Международной экономической конференции в 1939 году, а в 1947-м положения, связанные с антидемпингом, были закреплены в Генеральном соглашении по тарифам и торговле. Соответствующая статья гласит: «...Демпинг, состоящий в том, что товары одной страны поступают на рынок другой страны по цене ниже нормальной цены товаров, подлежит осуждению, если он причиняет или угрожает причинить материальный ущерб промышленности, созданной на территории договаривающейся стороны, или существенно задерживает создание отечественной промышленности... В целях устранения действия демпинга или воспрепятствования ему договаривающаяся сторона может налагать на любой поступающий в порядке демпинга товар антидемпинговую пошлину...». Антидемпинговое законодательство существует в ЕС, США и многих других странах.

Миру известно много примеров, когда государство становилось на защиту своих производителей. Не так давно Евросоюзу с трудом удалось одержать победу на переговорах с Китаем о поставках китайской одежды на европейский рынок, а антидемпинговые службы США начали расследование против импорта китайских труб. В свое время российские металлурги обвиняли

Украину в поставках металлопродукции на территорию Российской Федерации по демпинговым ценам...

На просторах отечества подобные вопросы регулируют ЗУ «О защите национального товаропроизводителя от демпингового импорта», ЗУ «О защите от недобросовестной конкуренции». Ст. 228 «Сговор об изменении или фиксировании цен или принуждение к их изменению или фиксированию» - единственная статья Уголовного кодекса Украины, предусматривающая наказание за неправомерные действия по отношению к цене.

Ценовые войны в домашних условиях

Надежно защитив рынок от внешнего демпинга, сталкиваемся с другой проблемой - ценовые войны внутри рынка. Тут демпинг определяется как осознанная продажа товара по цене ниже его себестоимости. Как правило, выделяют несколько основных причин явления, которые чаще всего и становятся началом ценовой войны.

В первую очередь, это - желание выйти на рынок и быстро «захватить» себе долю на нем. Причем эта доля чаще всего «отъедается» у уже присутствующих компаний. Предельно низкая цена, которую регламентирует новичок, не может не привлечь внимания потребителей, часть из которых в последствии, становятся его клиентами. Получив желаемое, компания повышает цены до необходимого ей уровня. Сразу вспоминается широкомасштабная рекламная кампания одного из мобильных операторов, который несколько лет назад выходил на рынок. Времени, на протяже-

нии которого длилась "манна" в виде предельно низких тарифов, хватило на то, чтобы после их повышения количество абонентов не уменьшилось, а конкуренты задумались о своих расценках.

Целью демпинга может стать вытеснение с рынка товара конкурента или необходимость нарастить объемы (что для дистрибьюторов значит получить максимальную скидку или какие-либо бонусы от производителя). Еще один вариант - желание более крупных игроков устранить своих мелких конкурентов, "почистить" рынок. Демпинговать могут и те компании, которые собрались выходить с рынка и пытаются таким образом избавиться от уже ненужного продукта.

Иногда причиной начала жестоких ценовых противостояний бывают курьезы. Например, однажды в прессе опубликовали данные с результатами деятельности компаний за определенный период. Текст содержал ошибку - одной из компаний "дописали" 15% продаж. Реакция конкурентов была незамедлительной. Решив, что они теряют рынок, эти компании стали снижать цены, завязалась жестокая борьба. Пра-



вильные данные были опубликованы лишь три месяца спустя... Хочется обратить внимание руководителей на то, что любую информацию, прежде чем уверовать в ее истинность, следует проверить. Тем более, если она касается ценообразования.

Любое снижение цены требует финансовых обоснований, наличия какого-то ресурса, позволяющего компании "играть" с

ценой. Часто демперы, не рассчитав свои силы, вместо освоения новых территорий на рынке, уступают конкурентам свои.

И на каком бы уровне ни началось ценовое противостояние (производители, дистрибьюторы, розница), его последствия коснутся всех участников рынка. Если на первоначальном этапе снижение стоимости будет значить увеличение объемов про-

Павел Степаненко, начальник отдела маркетинга «Валми Автомотив»:

- Причины демпинга могут быть самые разные: захват рынка, вытеснение конкурентов, очистка складов от так называемого неликвидного товара, который другая компания может продавать с более высокой доходностью.

Обычно ценовые войны возникают между компаниями, у которых один целевой сегмент рынка. Если потенциал рынка позволяет увеличить свое присутствие за счет технологий продаж, предоставляемого сервиса, и при этом компания не хочет или не может внедрять эти технологии и сервис, то ей ничего не остается, как бороться и выживать (сиюминутно) за счет потери доходности. После обвала демпером устоявших цен восстанавливать прежний уровень очень сложно и долго.

Ценовые войны никогда не приводили компании к победе. Всегда проигрывает торговая марка и группа товара, а с ней и компании-дистрибьюторы, которым, в конечном итоге,

становится не интересен низко маржинальный продукт, упавший в цене.

Регулирование проблем демпинга между дистрибьюторами - прерогатива производителя, который должен отслеживать и контролировать возникновение подобных ситуаций. Как один из вариантов, производитель может вносить коррективы в рекомендованные цены для рынка от верхнего до нижнего уровня. Реакция производителя на действия демпера может быть очень резкой - вплоть до лишения права дистрибьютора на представление торговой марки.

Впрочем, всегда можно найти компромисс между компаниями-конкурентами. Таких примеров в нашей практике достаточно. При этом необходимо строить свою дистрибьюционную, маркетинговую политику таким образом, чтобы зависимость от влияния компании-конкурента была минимальной.

Андрей Терентьев, руководитель департамента запчастей «Сиопт»:

- Демпинг - это сознательное занижение цены продукта (в критических случаях ниже себестоимости) для вытеснения товара конкурента с рынка. Цель демпинга - максимально продвинуть свой товар за минимальное время на устоявшемся рынке. Продукция многих известных брендов, как правило, уже представлена в своей нише на нашем рынке, у нее есть дистрибьютор на Украине и есть цена, которая соответствует качеству. Если опустить цену ниже этого уровня, то товар будет уже позиционироваться как товар среднего качества, что, естественно, навредит бренду. Тут надо принимать во внимание тот факт, что если эти бренды будут участвовать одновременно в крупном тендере на поставку своей продукции, демпинг в этом случае будет неизбежен.

А вот бренды с качеством ниже среднего либо от турецких и китайских производителей могут демпинговать, тем самым подкупая мнения покупателей о качественном товаре.

Демпинг - это также давление со стороны "черного" импорта.

Человек завозит, например, из Польши товар "в черную". Соответственно, он не платит налогов и результатом таких его действий станет падение объемов в тех компаниях, которые работают честно.

Среди компаний, которые действуют в Украине, есть, конечно же, конкуренция и без занижения цены. Тут борьба ведется в сфере оперативности, сервиса, дополнительных услуг, квалификации персонала и т.д.

Низкая цена - это себестоимость плюс минимальная рентабельность. Демпинг не предполагает даже минимальной рентабельности. Иногда человек демпингует таким образом, что цена опускается ниже себестоимости. Если за ним стоят крупные финансовые вложения, он может поработать в убыток, чтобы вытеснить конкурента с рынка. Но когда конкурент уйдет, демпер поднимет свою цену до того уровня, которая нужна ему. Последствия могут быть катастрофическими. К примеру, реализовав очень большое количество определенного вида продукции, можно в последствии получить простой в продажах на долгое время.

даж и счастливые улыбки на лицах конечных потребителей, то последствия вряд ли кого-то порадуют. Потеряв интерес к продукции вследствие предельного снижения цены на него и насыщенности рынка, продавцы перестают им заниматься, а на лицах покупателей вырисовывается испуганно-недоумевающее выражение: "Как? Платить больше? За что? И где мой любимый товар N?" - приблизительно таков ход мыслей потребителя, стоящего перед полкой, на которой вместо привычного продукта "дешево и сердито" он обнаруживает аналогичный, но в два раза дороже. Причем перед производителем (дистрибьютором) этого нового товара стоит нелегкая задача завоевать расположение исключительно ценоориентированного (стараниями предшественников) покупателя.

Впрочем, истину "око за око" никто не отменял. Может, стоит принять вызов и тоже снизить цену? Только с умом, направив контрудар на ту позицию, которая приносит максимальную прибыль демперу. Можно создать более дешевую альтернативу основному бренду. И тогда пусть потребитель выбирает между вашими товарами.

Наибольшее распространение (если война ведется среди дистрибьюторов), впрочем, как и эффективность, имеют попытки вести диалог посредством производителя, который может регулировать вопрос ценообразования, повышая или снижая цену на продукт.



Бесприигрышный вариант избежания ценовых войн - занять "свою нишу", создать эксклюзив, который по определению исключает любую возможность конкуренции.

Но любое противостояние когда-нибудь заканчивается. Как правило, образованием "скрытой" олигополии. Несколько крупных операторов рынка, контролирующих 60-80 его процентов, начинают координировать свои действия ("Мы ни в коем случае не вводим друг друга в курс дела! Просто у нас стратегия такая..."). Другой вопрос - сколько времени уйдет на восстановление рынка после окончания такой войны...

Национальные особенности ценовых войн

Если Европа, США и Япония всеми силами защищают отечественного производителя от внешних давлений, следят за

тем, что происходит между компаниями внутри национального рынка и вообще всячески пытаются предотвратить демпинг, то у нас... еще рано о нем даже думать (по крайней мере, на рынке запасных частей). В смысле о демпинге, как о маркетинговом ходе. Вот незадача! Выходит, ценовые войны - один из показателей уровня упорядоченности, стабильности и цивилизованности рынка!..

Не относитесь к вышесказанному слишком серьезно. Попробуем рассуждать отвлеченно. Ведь если кто-то утверждает, что демпинг есть, значит, он достаточно осведомлен об уровне цен на рынке, о своих конкурентах, правилах, которыми они руководствуются в ценообразовании, начальной стоимости их продукции (транспортных услуг, логистики, администрации)... Реально ли это в условиях отечественного рынка и игры многих производителей в "разную цену"? Вопрос. Именно этим (неоднородностью условий функционирования компаний) и объясняют такое явление, как "низкая цена". Да и есть ли смысл воевать компаниям на еще не устоявшемся рынке в стране, политическая и экономическая ситуация в которой не отличается стабильностью? Скорее нет, чем да. Именно такое мнение высказывает большинство присутствующих на рынке операторов.

Однако говорить о том, что никаких проблем с ценообразованием у "запчастейников" нет - значит серьезно кривить душой. Источником этих проблем чаще

Сергей Овсиенко, генеральный директор Inter Cars Ukraine:

- Ринок будується його учасниками і повністю залежить від того, як вони проводять свою політику ввозу товару. Я не можу говорити про те, якими методами користуються українські дистриб'ютори, але, щоб мати такі ціни, потрібно балансувати на межі рентабельності, практично нічого не заробляючи. Фактично це проблема "сірого" імпорту. Якщо сегментувати ринок, то 70% - це контрабанда, 20% - "сірий" імпорт, 10% - повністю легальний бізнес. Ті ж компанії, які сплачують всі митні платежі, ПДВ, податки на заробітну плату та податок на прибуток, не мають можливості демпінгу тому, що вхідна собівартість продукції уже вище, ніж собівартість продукції, завезеної з заниженою митною вартістю або контрабандним шляхом. Тому, говорячи про демпінг, перш за все треба говорити про контрабанду запчастин, часто неякісних, не сертифікованих та просто підробок. На другому місці "сірий імпорт",

це запчастини, які ввезені на територію України з заниженням митної вартості в декілька разів з "економією" на податках. Легальним імпортерам залишається тільки працювати на покращення сервісного обслуговування та розширення асортименту. Це, в першу чергу, - підбір деталей відповідно до вимог клієнта, швидка доставка - все те, що задовольняє споживача на належному рівні. Звісно, ціна грає певну роль, але якщо автомобіль стоїть, іноді вона втрачає своє значення.

Для кінцевого споживача демпінг означає зниження ціни на продукт і більше нічого. Виграє споживач в разовій купівлі, але програє економіка країни, бюджет, якого не вистачає на медичне обслуговування, освіту, на ті самі дороги.

Явище демпінгу нерозривно пов'язане з умовами діяльності українських компаній, економікою в цілому. Гадаю, ситуація, приміром, у легкій промисловості аналогічна.

Юрій Рожков, генеральный директор ЧП «Оригинал Авто»:

- Главную ценовую конкуренцию приходится выдерживать с "черным рынком", который, существенно экономя на уплате налогов и таможенных сборов, выигрывает в цене. Низкой цене нелегальных импортеров можно противопоставить только качество предоставляемых услуг, размер партии, по возможности приемлемые цены, гарантии. С другой стороны, снижение цены заставляет дистрибьюторов развивать новые направления своего бизнеса.

Чаще всего нелегальные партии товара не обладают объемом, достаточным для удовлетворения потребностей рынка. Соот-

ветственно, покупатель быстро их "съедает" и начинает требовать от легально действующих компаний снижения цены. А в сложившихся условиях (наличие большого теневого сегмента, трудности на таможене, высокое налогообложение) импортеры просто не видят смысла в снижении цены.

Если же говорить о демпинге между легально действующими организациями, то результат один - товар постепенно исчезает с прилавков, так как продавцы не заинтересованы в нем (нет прибыли). В итоге проигрывают все, а конечному потребителю приходится искать другие варианты, которые чаще всего дороже.

всего является "серый" импорт. Ценовую конкуренцию в этом случае выдерживать практически нереально. Отвечать приходится расширением ассортимента, повышением качества сервиса, предоставлением дополнительных услуг, гибкостью в отношениях с клиентами... Как известно, совершенству предела нет.

Хотелось бы отметить любопытную (но несколько не радующую) тенденцию, которую сейчас можно наблюдать на рынке запчастей. В условиях ценового давления со стороны нелегальных (или полунелегальных) импортеров, с одной стороны, и официально действующих крупных компаний с другой, с рынка постепенно уходят фирмы, представляющие средний по размеру бизнес. И станет ли "середняку" легче в условиях полностью прозрачного рынка - неизвестно. Потому как в далекой перспективе после победы над "серым" импортом разрыв между лидерами рынка и другими игроками серьезно увеличится, заставляя последних выбирать путь, скорее всего, специализации.

За комментариями на тему демпинга мы решили обратиться к руководителям компаний сферы automotive aftermarket. Их суждения приведены ниже.

Большинство респондентов, говоря о демпинге, упоминали так называемый "серый" бизнес, но не конкретизировали, что имеется в виду: ввоз продукции через оффшорные зоны или откровенная контрабанда. Мы предлагаем все-таки провести некую грань между этими понятиями и классифицировать нелегальный ввоз продукции как "черный" импорт, а легальный, но посредством третьей стороны - "серый". Однако в таком случае возникает вопрос: с кем и какими методами бороться? Логично предположить, что начинать "чистку" на предмет легальности нужно с контрабандных поставок. Пусть они и не претендуют на "мировое господство" своими объемами, но засорить рынок демпинговыми ценами (и демпинговать таким образом всех, включая "серых" импортеров) вполне способны. Еще один бесспорный "плюс" борьбы с "черным" рынком - легальные игроки сосредоточат свое внимание на насущной проблеме отрасли и, наконец, консолидируют свои силы.

Кстати о консолидации. Возможно, именно потому она и дается с таким трудом? Ведь говорить о том, что рынок automotive на сегодняшний день на 100% прозрачен нельзя. Схема покупок через оффшорные зоны хорошо известна и многим любима. Потому, несмотря ни на что, и не прекращаются разговоры о демпинге и ценовом давлении между вполне официальными компаниями...

Татьяна Краснова

Альберт Доржеев, директор «Автодель»:

- Демпинг - продажа по осознанно заниженной цене. Есть три основные причины возникновения демпинга: выход на рынок, выход из бизнеса, неправильный подход к формированию цены. Сейчас это явление достаточно сильно распространено в сфере масел, причем со стороны "серых" поставщиков, которые поставляют продукцию в обход не только украинского законодательства, но и интересов потребителя. Масла, которые попадают на нашу территорию таким образом, рассчитаны на немецкие, польские и т.д. условия эксплуатации. Например, если человек видит, что масло Castrol, разработанное для Германии, стоит дешев-

ле, то он, конечно, возьмет его. Легальные же поставщики, заплатив все необходимые налоги и сборы, не могут конкурировать с "серыми" по цене. А это - главный критерий для потребителя. Такими случаями должны заниматься официальные представительства компаний и, по возможности, крупные импортеры.

Что касается ценовых войн между дистрибьюторами, то наиболее действенным ходом со стороны производителя в данном случае будет минимизация дохода с продукции для провинившегося дистрибьютора за счет повышения отпускной цены для такого участника рынка.

Сергей Кобылинский, генеральный директор ELAN Automotive:

- Вопрос демпинга очень непросто для обсуждения, так как разные компании понимают и трактуют это понятие по-своему. Одно из классических понятий демпинга - это установление цен ниже общепринятых или же с наценками относительно себестоимости, не учитывающими реальных трудозатрат. Возможен демпинг даже по цене, равной себестоимости, вообще без наценки и в "убыток". Осуществляется для вытеснения конкурентов и захвата внешних рынков. Демпинг может осуществляться за счет средств фирмы-экспортера или с помощью государства путем субсидирования экспортных поставок из средств государственного бюджета.

Опираясь на это понятие, можно сказать что демпинг - это одно из средств конкурентной борьбы, и зачастую достаточно эффективное. Как правило, применяется крупными компаниями, имеющими достаточные финансовые ресурсы, в период выхода на новые рынки сбыта. Несмотря на вход некоторых крупных компаний из Восточной Европы на рынок Украины, сегодня я практически не знаю явных случаев демпинга на украинском рынке автомобильных запчастей.

Еще одна возможная причина продаж по низкой цене - необходимость сбыть продукцию, при этом не отягощая себя вопросами качества, сервиса, ассортимента, дополнительных ценностей. В таком случае идут по пути наименьшего сопротивления: товар выдают на рынок по бросовым ценам, пытаясь получить эффект от большого объема. Этот прием применяется сегодня небольшими украинскими компаниями, пытающимися завоевать свое место в рынке.

Для многих компаний проблема демпинга со стороны конкурентов ("Как они могут продавать товар по низкой цене!") лежит в плоскости банальной финансовой неграмотности, в неумении правильно управлять рентабельностью продаж и оборачиваемостью денег, неумении работать с поставщиком. Иногда цена продажи на один и тот же товар, являющаяся для тебя убыточной, для твоего конкурента может оказаться достаточно прибыльной. Вполне возможно, что у него ниже уровень операционных затрат или другая закупочная цена...

Поэтому, по моему мнению, не все то, что сегодня очень многие называют демпингом, таковым является на самом деле. Конечно, всем хотелось бы продать товар дороже, но есть еще одна аксиома, о которой всегда нужно помнить продавцам: товар стоит ровно столько, сколько за него готовы заплатить.

О чем сегодня действительно стоит говорить - так это о ценовом давлении со стороны "серого" рынка, которое не позволяет легальным компаниям развивать свой бизнес. Сегодня любой "серый" торговец имеет более низкую себестоимость и, соответственно, продает по низкой цене. У него нет других преимуществ. Но как показывает мой 13-летний опыт работы, такой бизнес недолговечен.

Компании, строящие свой бизнес с перспективой его развития, ищут преимущества в неценовых факторах конкуренции. На первом месте стоит, конечно же, сервис, а это - более внимательное отношение к клиенту, гибкость в вопросах, связанных с финансами, логистикой, маркетингом.



Уже сейчас установка и ремонт отопителей салона и предпусковых обогревателей - достаточно распространенная в Украине услуга. По словам руководителей СТО, которые развивают у себя на станции данное направление, с каждым годом интерес потребителей к системам обогрева растет. Такая популярность данной услуги объясняется комфортом, экономией топлива, продлением ресурса двигателя и снижением выброса вредных веществ, которые обеспечивают эти устройства.

Отопитель

Средство комфорта, экономии и заработка

Если же учесть, что в этом сегменте рынка Украина не изобретает ничего нового, а практически полностью повторяет путь, пройденный европейскими государствами, можно спрогнозировать, что в ближайшем будущем к использованию отопителей прибегнут не только международные перевозчики, но и большинство владельцев автомобилей, эксплуатируемых на территории нашей страны. Поэтому, несмотря на то, что в Украине уже существует довольно широкая сеть станций по установке и обслуживанию автономных отопителей и обогревателей Eberspächer, это направление остается довольно перспективным.

Во-первых, дорогой товар обеспечивает высокий заработок всех звеньев сбытовой сети - от оптового продавца до станции техобслуживания. Во-вторых, рынок отопителей и обогревателей в Украине представлен всего несколькими марками, лидирующие позиции среди которых занимает Eberspächer. А наличие в Украине официального представителя марки ("ГерУк и К") дает возможность дилерам и СТО стабильно работать с популярным товаром, рассчитывая на гарантию и техническую поддержку. И, в-третьих, это бизнес, в котором наилучшей рекламой служит информация, передаваемая между перевозчиками из уст в уста, а для этого

достаточно одного - качественно выполненной работы механиками на СТО при установке и обслуживании автономных отопителей. Подтверждением вышесказанному служат отзывы руководителей предприятий, которые продолжительное время сотрудничают с компанией "ГерУк и К".

Те, кто ежедневно сталкиваются с установкой и ремонтом предпусковых подогревателей или отопителей, свидетельствуют о растущей популярности данного вида услуг как среди перевозчиков, так и среди владельцев индивидуального транспорта. В случае с грузовым автомобилем простейший подсчет показывает, что, если водителю приходится ночевать в каби-

не, то за ночь двигателем, например, автомобиля КамАЗ расходуется 30-40 литров топлива, тогда как с отопителем салона "в трубу" вылетает не больше 4-х литров. Переведите этот объем в гривны, и дальнейшие аргументы просто становятся ненужными. А вот для владельцев легковых автомобилей важна не так экономия топлива, как комфорт в зимний период: если предпусковой подогреватель в штатную комплектацию не входит, сидеть в мороз в холодный салон и прогревать двигатель все равно придется, сколько бы не стоил автомобиль.

По словам руководителей станций техобслуживания, оказывающих услуги по



установке и обслуживанию автономных отопителей, ежегодно спрос на приборы Eberspächer растет на 15-20%, а в последнее время довольно часто обращаются владельцы легковых автомобилей, выпущенных после 2000 года. Если раньше людям нужно было объяснять, что жидкостный предпусковой подогреватель способен продлить срок эксплуатации двигателя чуть ли не в два раза, то сейчас клиент приходит уже осведомленный. Особенно хорошо это почувствовали владельцы легковых дизельных автомобилей, о чем можно судить по той активности, какую они проявляют в последние несколько лет. Если же кто-то думает, что это сезонный вид услуг, востребованность которого очень непродолжительна, то опыт работы станционщиков показывает, что спрос на отопители существует примерно с середины августа и до начала июня.

Большую часть клиентов составляют именно фирмы-перевозчики, их доля - около 70%. Остальные же 30% - частные лица. Если давать характеристику транспорту, на который устанавливается подогреватели и отопители, то в основном это автомобили среднего класса и выше, как новые, так и б/у, но чаще со сроком эксплуатации, не превышающим пяти лет. Стабильное повышение спроса на подобные услуги представитель станции, работающей в данном направлении, связывает не только с рекламой, но и с положительными отзывами тех, кто уже использует устройства Eberspächer.

Среди всего представленного на украинском рынке ассортимента отопителей Eberspächer наибольшей популярностью пользуются модели Hydronic B/D4WSC, Hydronic B/D5WSC, Hydronic 10 и Airtronic D2. Первые две из них (Hydronic B/D4WSC и Hydronic B/D5WSC) представляют собой жидкостные отопители, предназначенные для легковых автомобилей, микроавтобусов и минигрузовиков, имеющих двигатели с рабочим объемом <1,9-2,5 л. Данные устройства питаются от сети автомобиля напряжением 12 В и обладают теплопроизводительностью 1600-4000 и 1500-2200 Вт соответственно. Модель Hydronic B/D4WSC, в отличие от Hydronic B/D5WSC, характеризуется более экономным потреблением топлива: 0,21-0,27 л/час против 0,21-0,69 л/час и меньшей стоимостью. Среди владельцев более мощных автомобилей и других технических средств (тягачи, грузовые прицепы, контейнеры, хранилища, яхты) наибольшее распространение приобрел жидкостный отопитель модели Hydronic 10, питающийся от сети напряжением 12/24 В. Его теплопроизводительность составляет 9500 Вт, а потребление топли-

ва - от 0,18 до 1,2 л/час в зависимости от режима работы. В комплект ко всем жидкостным отопителям входит монтажный набор, а для моделям Hydronic B/D4WSC и Hydronic B/D5WSC также прилагается и минитаймер.

Среди воздушных отопителей выделяется модель Airtronic D2, которая в основном ориентирована на микроавтобусы, кабины грузовых автомобилей, кунги. Работает данный агрегат на дизельном топливе, расход которого в час составляет от 0,1 до 0,28 литров, и электрической сети автомобиля напряжением 12/24 В. Теплопроизводительность Airtronic D2 составляет 2200 Вт. В комплекте вместе с агрегатом поставляется монтажный набор, минитаймер, элемент управления, топливо-заборник.

Довольно часто на СТО обращаются владельцы автомобилей с уже установленными отопителями или подогревателями, и поскольку срок эксплуатации этих агрегатов длительный, они зачастую нуждаются в очистке или замене свечей, сеточек, котлов. Это тоже довольно прибыльно, о чем свидетельствует финансовый оборот одной из станций, превышающий три тысячи евро только по деталям для ремонта отопителей и предпусковых подогревателей.

Для качественной работы с отопителями и предпусковыми подогревателями Eberspächer работники станций проходят обучение в учебном центре компании "ГерУк и К". Кроме того, приборы фирмы Eberspächer сами по себе обладают настолько высоким качеством, что даже случаи гарантийного ремонта встречаются крайне редко. О сотрудничестве с компанией "ГерУк и К" станционщики отзываются крайне положительно, отмечая доверие, оперативность в работе, и соблюдение гарантийных обязательств, будь то поставка запчастей, техническая или информационная поддержка.



Генеральный представитель
J. EBERSPÄCHER GmbH & Co
 в Украине - компания «ГерУк и К»
 тел.: (0472) 71-08-00, 71-08-01
 e-mail: office@geruk.com.ua
 e-mail: hotline@geruk.com.ua
 (линия консультаций тех. отдела)
 www.geruk.com.ua

Интересные факты об отопителях салона и предпусковых подогревателях

- Отопители входят, по результатам зарубежных опросов, в десятку самых любимых водителями аксессуаров.

- В климатических условиях Украины и Западной Европы вполне приемлемы отопители с максимальной мощностью 2 кВт и средним расходом топлива 0,2 л/час при усредненной температуре в -10°C, то есть на одном литре можно спокойно спать пять часов.

- Холодное масло имеет большую вязкость, медленнее достигает поверхностей трения, вследствие чего многократно возрастает износ деталей двигателя. Один холодный запуск из-за недостаточной смазки обеспечивает износ двигателя, соответствующий износу при пробеге 250-300 км. Низкая скорость испарения горячего в бензиновых двигателях требует значительного обогащения рабочей смеси, что приводит к многократному перерасходу топлива.

- За время одного прогрева на холостом ходу двигателя, не оборудованного подогревателем (в среднем 15 минут), расходуется около 0,9-1,2 л бензина или 0,7-0,8 л ДТ. Использование подогревателя для прогрева двигателя до рабочей температуры позволит сэкономить топливо минимум наполовину. Средний расход топлива подогревателей для легковых автомобилей при усредненной температуре в -10°C составляет 0,3 л/час, для грузовых - не более 0,5 л/час. При этом время подогрева не превышает 20 мин.

- При использовании подогревателя существенно увеличивается моторесурс двигателя. В соответствии с экспертными оценками некоторых западных автопроизводителей, если мотор прогревается таким образом один раз в сутки, то в течение года он сохраняет ресурс на дополнительный пробег в 15-20 тыс. км. Так что затраты на подогреватель с лихвой окупятся в течение двух-трех лет.

- Одна из разработок компании Eberspächer - блок управления отопителем Calltronic, включающий подогреватель по сигналу с мобильного телефона. Совместим со всеми элементами управления, обеспечивает возможность голосового ответа о запуске, а также программирование на 1 включение.

- Отопители Eberspächer оборудованы модульным таймером с функциями непосредственного и отсроченного (до 24 часов) включения и программирования на 7 дней. Он позволяет при сервисном обслуживании считывать коды неисправностей, которые расшифровываются с помощью инструкции (более 40 кодов). Выявляет типичные поломки и сбои в работе: перенапряжение или нехватку напряжения в электросети автомобиля, отсутствие топлива в баке.



MOLL

Качество, проверенное временем

Германия уже не один десяток лет славится своими аккумуляторами. На мировом рынке Bosh, Varta, Hoppeske зарекомендовали себя, как производители наиболее качественных аккумуляторов. Но наряду с ними особое место занимает завод Akkumulatorenfabrik Moll GmbH. И на то есть весомые причины...

Завод был основан как семейный бизнес Петером Моллем (Peter J. Moll) сразу в послевоенный период - в 1945-46 годах. На сегодняшний день предприятие является одним из лучших заводов Европы по уровню качества и организации производства, а также по выпуску наиболее полной линейки аккумуляторов. Производственные мощности предприятия - 1000 000 аккумуляторов в год. Причем руководство завода не стремится к увеличению объемов продаж, так как приоритетом для Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH всегда было и остается качество выпускаемой продукции.

Примечательно и то, что во время всемирной глобализации аккумуляторного производства завод полностью остается в частной собственности (единственный из всех производителей АКБ Германии) и не

входит в состав ни одной из существующих крупных аккумуляторных корпораций (East Penn Manufacturing Co., Inc., Exide Technologies, Inc., Johnson Controls, Inc. (США), "поглотивших" не одно предприятие. С каждым годом мощность этих "акул" аккумуляторного бизнеса возрастает, и немногочисленным частным предприятиям выжить в борьбе с ними чрезвычайно сложно. Но в этих условиях жесткой конкуренции продукция завода Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH чувствует себя вполне уверенно, что является свидетельством ее высокого качества и конкурентоспособности. Огромная заслуга в этом принадлежит "Молль Акку Инжиниринг и Маркетинг ГмбХ" - структурному подразделению MOLL, которое занимается исследованиями, разработкой новых технологий и продуктов, а также постоян-

но совершенствует уже существующие. НИОКР в данной структуре находится на высочайшем уровне. Свидетельством тому служит ряд новых технологий и ноу-хау, разработанных специалистами "Молль Акку Инжиниринг и Маркетинг ГмбХ" и успешно использующихся предприятием Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH в производстве своих аккумуляторов:

- центральная система газоотвода (Kamina) с газораспределительным фильтром, предотвращающая коррозию;
- двойная крышка K2, используемая при производстве аккумуляторов M3+;
- при изготовлении аккумуляторов при-



менена специальная система внутреннего соединения ячеек с использованием уплотнительного кольца;

- в аккумуляторах для автомобилей, использующихся в коммерческих целях (такси, микроавтобусы), применяются конвертные сепараторы со стеклотканью на внутренней поверхности, которая позволяет более жестко удерживать и сохранять от высыпания при вибрации активную массу пластин.

Многое из вышеперечисленного уже используется и отечественными производителями, но "первопроходцами" были и остаются специалисты "Молль Акку Инжиниринг и Маркетинг ГмбХ".

Следует отметить, что в то время, когда большинство производителей аккумуляторов перешли на использование технологии Ca/Ca, конструкторы "Молль Акку Инжиниринг и Маркетинг ГмбХ" довели до совершенства гибридную технологию. Благодаря этому у аккумуляторов MOLL практически нет саморазряда, они не нуждаются в обслуживании и добавлении воды, быстро принимают заряд от генератора, они мощнее и выносливее. Поэтому при правильной эксплуатации аккумуляторы служат десять лет и более!

До восьмидесяти процентов своей продукции Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH поставляет на первичный рынок - производителям легковых автомобилей PORSCHE, Audi, VW, Mercedes, Lamborghini, а также грузовых - Renault, MAN и др. Особого внимания заслуживает тот факт, что Porsche (одна из самых дорогих и популярных во всем мире марок автомобилей) комплектуется исключительно аккумуляторами MOLL, хотя по Международной системе качества производитель обязан иметь нескольких поставщиков. Эксклюзивный аккумулятор для экстравагантного спортивного автомобиля Lamborghini Gallardo также поставляется исключительно заводом Moll прямо на итальянский завод Lamborghini.

Данное обстоятельство объясняется тем, что руководство "Porsche" и "Lamborghini" не видит альтернатив аккумуляторам MOLL, для комплектации своих авто. Признание аккумуляторов Moll именно в этом дорогостоящем транспортном сегменте является еще одним доказательством превосходного качества и исключительной надежности Moll.

Неоднократно аккумуляторы фирмы Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH по результатам специализированных тестов были названы лучшими из лучших автомобильных батарей, представленных на рынке Европы. Награды "Лучший поставщик", присуждаемой поставщикам с нулевым браком, завод удостоивался от Porsche пять раз, от Audi-VW Group - шесть раз (по данным официального сайта Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH - www.moll-batterien.de).

Новое поколение аккумуляторов изготовлено с применением самых передовых технологий и в соответствии со строгой системой качества, которая применяется непосредственно на предприятии. По строгости требования, которые предъявляются к продукции на Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH, не только соответствуют всем общепринятым европейским стандартам (EN и DIN), но и превосходят их. Именно поэтому высокая цена на аккумуляторы MOLL более чем оправдана. Покупая эти аккумуляторы, автолюбители платят один раз и многие годы больше о них не вспоминают.

На территорию СНГ продукция Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH в небольших количествах поставляется в Россию и Беларусь. Даже при таком огромном выборе аккумуляторов на рынке этих стран АКБ MOLL сразу нашли своего потребителя, покорила его высочайшим качеством.



В Украину продукция MOLL, к сожалению, не поставляется. Но компания Moll предоставила эксклюзивное право украинскому производителю A-MEGA на использование технологий и know-how для производства аккумуляторных батарей premium-класса. Завод A-MEGA, построен и введен в эксплуатацию в г. Константиновка (Донецкая обл.) в результате реализации инвестиционного проекта, стратегическим партнером и "проводником" технологий которого является компания "Молль Акку".

Аккумуляторы A-MEGA производятся строго по технологиям, разработанным "Молль Акку Инжиниринг и Маркетинг ГмбХ" для Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH по системе качества и с использованием ноу-хау немецкого партнера на высокотехнологичном оборудовании производства Германии, Италии и США. Специалисты "Молль Акку Инжиниринг и Маркетинг

ГмбХ" постоянно оказывают всестороннюю техническую поддержку украинскому производителю A-MEGA. А обеспечивает сырьем ООО "Мегатек", который является лучшим производителем марочного свинца и свинцовых сплавов и поставщиком ведущих аккумуляторных заводов Украины, а также различных предприятий стран СНГ и Европы. В 2005 году предприятие было удостоено награды "Вища проба", а в 2006-м получило награду "Золотой Ягуар" за безупречную репутацию в бизнесе и высокое качество продукции. Кроме того, немецкие специалисты осуществляют технический контроль производства, а также контроль качества выпускаемой продукции. Всем тонкостям аккумуляторного производства персонал A-MEGA длительное время обучался непосредственно в Германии на заводе Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH у ве-

дущих специалистов, в высокой квалификации которых сомневаться не приходится. Таким образом, в 2006 году на рынках Украины, стран СНГ и Европы появился новый производитель аккумуляторов компания A-MEGA, главное отличие которого - немецкое качество, проверенное временем и испытанное авторитетными автопроизводителями Европы - такими, как Porsche, Audi, VW, Mercedes и Lamborghini.

Боле полную информацию о компании Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH можно получить на официальном сайте www.moll-batterien.de.

ООО «А-МЕГА»

Донецкая обл., г. Константиновка,
ул. Б. Хмельницкого, 1
тел.: (06272) 2-58-87, 2-60-10
e-mail: marketing@a-mega.com.ua
www.a-mega.com.ua

Глушители на любой автомобиль



ЧП Варшавский, крупнооптовый поставщик глушителей, предлагает украинскому потребителю продукцию многих известных производителей системы выпуска газов для автомобилей как отечественного, так и импортного производства.

Сегмент компонентов для отечественных автомобилей представлен системами для следующих марок: ВАЗ, ГАЗ (легковые и грузовые), "Москвич", ЗАЗ, ЗИЛ, УАЗ. Компания является поставщиком продукции ведущих украинских производителей: "Мотор Сич" (Запорожье), "ЮжТрансАвтоСервис" (Мелитополь), Новокраматорского машиностроительного завода, Черновицкого завода автоглушителей. Не менее активно компания сотрудничает и с зарубежными производителями, такими как: POLMOstrow (Польша),

Universal Industries (Эстония), Ижорский завод (Россия). ЧП Варшавский является официальным представителем Ижорского завода "Автокомплект" на территории Украины. Этот завод является одним из лидеров по производству систем выпуска газов на автомобили производства стран СНГ.

Сегмент компонентов для автомобилей импортного производства представлен глушителями для всех марок.

Сегодня компания ведет политику насыщения рынка продукцией POLMOstrow, поэтому на складе компании постоянно в наличии более двух тысяч наименований глушителей этой марки для импортных и отечественных автомобилей.

POLMOstrow - крупнейший польский производитель, с 1975 года производящий выхлопные системы для вторичного автомобильного рынка. POLMOstrow известен потребителю благодаря высокому качеству своей продукции как для иномарок, так и для отечественных автомобилей, и ценам, доступным каждому. На этом заводе выпускаются детали выхлопной системы из алюминированной стали производства известного немецкого концерна Tissen Krupp. Повышенная стойкость к коррозии достигается в результате двухслойной закатки стали. Все детали повторяют оригинальную выхлопную

систему и соответствуют по уровню шума требованиям TUV, ISO 9001 и ГОСТ.

На складе представлен широкий ассортимент глушителей для всех вышеперечисленных автомобилей. Доставка по Украине осуществляется на договорных условиях в кратчайшие сроки (от 1 до 3 суток).

Ценовая политика компании рассчитана как на розничного продавца (СТО, магазины автозапчастей), так и на мелкооптовых продавцов автокомпонентов. Целью компании является построение эффективного и стабильного сотрудничества с продавцами на всей территории Украины.

ЧП Варшавский

Официальный представитель Ижорского завода «Автокомплект» в Украине
г. Запорожье, ул. Стартовая, 3
тел.: **(0612) 202893, (050) 3225693**
email: glushopt@radiocom.net.ua

Дилеры продукции

Ижорского завода «Автокомплект»

ЧП "Шнидковский", г. Белая Церковь, тел.: (04463) 78919, (050) 3579644; ЧП "Маринченко", г. Краматорск, тел.: (050) 5312395; ЧП "Колесниченко", г. Харьков, тел.: (050) 4001856; ООО "Карлайн", г. Днепрпетровск, тел.: (050) 4510140, (067) 5232202.

Тормозные колодки ННС - уверенность на дороге

Развивающаяся быстрыми темпами автопромышленность все больше и больше внимания уделяет безопасности на дороге. Одним из компонентов, гарантирующих водителю спокойствие за рулем и уверенность в управлении автомобилем, является тормозная система. Поэтому качество материалов, из которых изготовлены компоненты тормозной системы, имеет критическое значение. Компания ННС, официальным представителем которой в Украине является "Дракар Мотор", гарантирует высокое качество своей продукции, что подтверждают сертификаты ISO 9002 и QS 9000. Сегодня ННС является одним из крупнейших производителей тормозных колодок и фрикционных материалов.

Новинкой компании ННС являются тормозные колодки серии АА из керамического волокна (кевлара) для разных типов автомобилей. Тормозные колодки этой серии выдерживают температуру до 500°C (и более чем 700°C - для профессиональных



раллийных автомобилей) при этом сохраняя превосходные тормозные характеристики, имея высокую долговечность, более устойчивый индекс трения в различных температурных условиях, нулевой тормозящий шум и являясь стойкими к деформации под высоким давлением.

В настоящий момент для легковых автомобилей компания ННС выпускает 6 основных типов тормозных колодок:

- для серийных автомобилей;
- для автомобилей с более высоким скоростным режимом;
- керамические, беззвучные, стойкие к стиранию;
- для любительского тюнинга

и спортивных автомобилей;

- для раллийных автомобилей с максимальной нагрузкой;
- для городских такси.

Основанная в 1961 году, компания ННС является наибольшим и самым опытным производителем запасных частей в Тайване. Компания выпускает более чем 4000 моделей, и ассортимент продолжает расти. В прошлом году были разработаны первые в Тайване полнometаллические тормозные колодки. Они изготовлены из спе-

циальных материалов, обладают устойчивым индексом трения при высоких температурах и во влажной рабочей среде.

Компания ННС имеет собственный научно-исследовательский центр фрикционных материалов. Центр оснащен испытательным и инспекционным оборудованием и сотрудничает с лабораториями ведущих международных компаний и научно-исследовательских институтов в области сертификации.

За последние два года разработано более 90 безасбестовых материалов, которые полностью соответствуют требованиям к уровню качества для поставки на конвейер ведущих автопроизводителей. Ежегодно компания выпускает более 200 новых моделей и является поставщиком для ведущих мировых брендов - Japan Parts, Nipparts, JC и т.д.

ООО «Дракар Мотор»

г. Днепрпетровск, ул. Савкина, 6а
тел.: **(056) 374-17-42, (097) 540-99-33**
e-mail: parts@dracar.com.ua, www.dracar.com.ua

Покрышки на - масло!

Группа американских инвесторов предложила технологию по переработке старых покрышек в машинное масло.

В группу входит Рон Николс, разработавший процесс по производству масла из покрышек, а также Эрви Ли, закупивший для этого 9 тысяч тонн старых шин.

Группа инвесторов, под руководством Эрви Ли уже построила тестовый завод на ферме одного из участников в Бертольде, Северная Дакота. После того, как покрышки разрезаны, рабочие извлекают из них масло и другие нефтепродукты на основе запатентованной технологии, используя химические катализаторы и высокие температуры.

Экспериментальный завод в Бертольде нагревает покрышки до температуры 426 градусов по Цельсию, после чего, в технологию включается "секретный" компонент, добавляемый в кашу из нагретых и разрезанных шин.

Результатами процесса являются угольная сажа, бутан, металл и машинное масло. Если все пойдет, как задумано, группа Ли планирует построить 15-миллионный завод, на котором станет возможной переработка до 3 тысяч покрышек в день.

"Технология абсолютно феноменальная", - сообщают представители группы. "Просто удивительно, что она не появилась раньше".

autoshina.ru

CHEMICAL PRODUCTS CAR-INDUSTRY

Kimicar®

ПОСТАВКИ
З ІТАЛІЇ

ХІМІЯ ДЛЯ АВТОМІЙОК

т./ф.: (044) 235-14-28, 235-14-42

autoExpert®

ТНК выпустила на рынок новую линейку масел

Моторные масла ТНК Magnum были выведены на рынок в рамках общей программы по обновлению имиджа бренда ТНК. Первые продажи серии ТНК Magnum начались в сентябре 2006 года. География нового продукта - Россия, Украина, Беларусь и другие страны СНГ. В продуктовой линейке представлены синтетические и полусинтетические моторные масла для легкового автотранспорта.

Название Magnum разработало брендинговое агентство BrandLab. Название было выбрано из 544 вариантов путем тестирования названий на потребителях и экспертах - работниках СТО и автомагазинов. В ходе специализированных тестов названия исследовались на общую привлекательность, уникальность, правильность прочтения, запоминаемость, на соответствие категории моторных масел и ключевым потребительским ассоциациям.

sf-online.ru

Полтава получит кукурузный дизель

Американская холдинговая компания Harwest Moon намерена вложить 45 млн. евро в строительство завода по переработке зеленой массы кукурузы и рапса и производству из нее высокооктанового биотоплива - биоэтанола (заменителя дизтоплива) возле Пирятина (Полтавская обл.). Об этом журналистам сообщил первый вице-губернатор Полтавской области Иван Близняк. Harwest Moon намерен в течение 1,5 года завершить строительство завода и приобрести ряд сельскохозяйственных предприятий. На заводе планируется перерабатывать более 250 тыс. т зерна кукурузы в год.

e-news.com.ua



MACT®

ВНИМАНИЕ, АКЦИЯ!

ООО "Торговый дом "МАСТ" объявляет акцию, которая будет проводиться с **1 марта по 1 декабря 2006 г.** (включительно).*

Условия акции: соберите **3 комплекта** этикеток (лицевая сторона + сторона со штрих-кодом) и отправьте по адресу:

Украина, г. Киев-111, а/я 47.

На конверте **обязательно** укажите Ф.И.О. и обратный адрес.

В акции принимают участие этикетки **зеленых** канистр таких видов масел, как:

- **Маст Супер 10w-50** (4 и 5л);
- **Маст Супер 10w-40** (4 и 5л);
- **Маст-Экстра 15w-40** (4 и 5л);
- **Маст-Экстра 15w-50** (4 и 5л);
- **Маст-Экстра 10w-40** (4 и 5л);
- **Маст-Экстра Дизель 15w-40** (4 и 5л);
- **Маст 15w-40** (4 и 5л);
- **Маст 20w-50** (4 и 5л).

К розыгрышу допускаются только комплекты этикеток с повреждениями не более 30%. На стороне этикетки, содержащей штрих-код, обязательно должен быть указан номер партии и дата изготовления.

Розыгрыш призов будет проводиться в присутствии специальной комиссии 15 декабря 2006 г. в г. Киеве.

В состав комиссии войдут:

- Представители ООО "Торгового дома "МАСТ"
- Представители региональных дилеров
- Представители журнала autoExpert
- Представитель независимой аудиторской компании.

Победителей ждет уникальная возможность приобрести один из нижеперечисленных предметов всего за 1 грн.:

Розыгрываются:

- 3 ноутбука;
- 3 видеокамеры;
- 7 телевизоров;
- 10 музыкальных центров;
- 100 специальных призовых коробов (короб содержит 3 канистры Маст Супер 10w-40 (4л) + сувенир);
- 300 специальных призовых коробов (короб содержит 3 канистры Маст-Экстра 15w-40 (5л) + сувенир).

По всем интересующим Вас вопросам, касающихся акции, звоните по телефону **8 (800) 501-66-40**

(входящие звонки по территории Украины бесплатные).

Также полную информацию об условиях акции Вы можете прочитать на сайте компании **www.mast.com.ua**

* В розыгрыше принимают участие конверты с почтовым штемпелем отправления с 1 марта по 1 декабря 2006г. (включительно).



Polar Premium Long Life - антифриз нового поколения

Сегодняшние требования к охлаждающим жидкостям предусматривают, наряду с традиционными, высокие экологические показатели и увеличение сроков работы в системах охлаждения. Добиться сочетания таких свойств можно только тщательным подбором и применением современных компонентов. Именно такой жидкостью является разработка финской компании Aspokem антифриз Polar Premium Long Life.

В целом, свойства охлаждающей жидкости зависят от трех составляющих: используемых базовых компонентов, качества воды и типа гликолевой основы, а также пакета присадок. Если первые две составляющие в схожих жидкостях практически не отличаются, то третья, а точнее качество, количество и "современность" ингредиентов пакета присадок, в основном и определяют разность показателей охлаждающих жидкостей.

В настоящее время все больше распространение получают жидкости, в составе которых либо сведены к минимуму, либо вообще отсутствуют такие элементы, как силикаты, фосфаты, нитриты и т.д. В качестве их заменителей используют новые прогрессивные компоненты, позволяющие повысить антикоррозионные и другие свойства жидкости, а также значительно увеличить ресурс ее работы. Примером такой жидкости является антифриз Polar Premium Long Life, разработанный на основе этиленгликоля, в составе которого отсутствуют силикаты, нитриты, амины, фосфаты и бораты, традиционно используемые для защиты металлических сплавов. Данная жидкость разработана по карбоксилатной технологии и обеспечивает длительную защиту от всех видов коррозии используемых в двигателе металлов, в том числе алюминия и железистых сплавов. Так, проверка на наличие моно- и дикарбоновых кислот в антифризе показала, что он обеспечивает надежную защиту двигателя тяжелого транспорта (грузовики, автобусы и т.п.) на протяжении минимум 650 тыс. км, лег-

ковых автомобилей - 250 тыс.км. Согласно рекомендации производителя, периодичность замены охлаждающей жидкости Polar Premium Long Life в двигателях транспортных средств составляет 5 лет или при превышении указанного ранее пробега, в зависимости от того, что наступит первым.

Достижению такого ресурса работы способствовало использование практически не срабатывающих, идеально оптимизированных органических ингибиторов коррозии. Помимо этого, Polar Premium Long Life обеспечивает отличную защиту от кавитации, даже без использования в составе жидкости нитрита или основанных на нитрите добавок.

Для гарантированной защиты от коррозии рекомендуется использовать смесь с содержанием минимум 33% Polar Premium Long Life, при которой достигается точка кристаллизации жидкости -20°C. Соотношение Polar Premium Long Life с водой в пропорции 50/50 обеспечивает температурный предел применения до -40°C, а максимальный (около -69°C) достигается при наличии в смеси с водой 68% Polar Premium Long Life (превышение данного соотношения производителем не рекомендуется).

Антифриз Polar Premium Long Life может использоваться в двигателях, изготовленных из чугуна, алюминия или комбинации этих двух металлов, а также системах охлаждения, в которых применяются алюминий и медные сплавы. Особенно данную жидкость рекомендуется использовать в современных двигателях, для которых важна надежная вы-

сокотемпературная защита алюминия. Превосходная и длительная защита от коррозии и образования отложений Polar Premium Long Life является гарантией хорошего теплообмена, и, следовательно, поддержания в широком диапазоне нагрузок требуемого температурного режима двигателя.

Данный антифриз совместим с предыдущими, силикатосодержащими жидкостями, однако все рабочие свойства и преимущества Polar Premium Long Life, например, улучшенная защита от коррозии алюминия и более длинные интервалы замены, достигаются при использовании "чистой" жидкости. Доливка в систему охлаждения, если в ней используется другая жидкость, допускается в исключительных случаях.

Разбавление концентрата желательно проводить мягкой водой. Однако лабораторная проверка показала, что приемлемые антикоррозионные характеристики достигаются и при использовании воды жесткостью 25°dH, содержащей вплоть до 100 ppm (0,01%) хлоридов и 100 ppm сульфатов.

Подтверждением высоких рабочих характеристик охлаждающей жидкости являются полученные одобрения и соответствие стандартам. Polar Premium Long Life соответствует, а в некоторых случаях и превышает, ряд известных европейских и международных стандартов и требований OEM: ASTM D 3306/4656 (USA); ASTM D 4985 (USA); BS 6580 (UK); FVV Heft R443 (Germany), AFNOR NF R15-601 (France); JASO M325 and JIS K2234 (Japan), Opel - GM GM 6277M; VW/ Audi/ Skoda/ Seat/ Porsche TL 774 D/F=G12+, Ford Europe WSS-M97B44-D, Mazda MEZ MN 121 D, Mercedes-Benz 325.3; Cummins IS series & N14; Leyland Trucks DW03245403; MAN Steyr 324, MAN 324 Typ SNF, MAN B&W AG D36 5600, Mack 014 GS 17009, Renault 41-01-001/- Q Type D, Scania TB 1451 и TI 2-98 08 13 TB, MTU MTL 5084.

ООО «Аспокем Украина»

г. Киев, ул. Баггоутовская, 17/21
тел./факс: **(044) 494-08-39, 494-08-38**
e-mail: info@aspokem.com.ua
www.aspokem.fi, www.aspokem.com.ua

Краткие характеристики жидкости

Показатели	Polar Premium Long Life Antifreeze Coolant	Метод определения
Нитриты, амины, фосфаты, бораты, силикаты	отсутствуют	
Цвет	красный	
Точка кипения	>163°C	ASTM D 1120
Резерв щелочности (pH 5.5)	8.5 - 11	ASTM D 1121
pH, 20°C	8.2 - 9.0	ASTM D 1287
Тенденция к пенообразованию	Max. 50 ml/1-3 s	ASTM D 1881
Смешивание с водой	во всех пропорциях	
Смешивание с жесткой водой	осадки отсутствуют	
Стабильность ингибиторов после 10 дней	отделения отсутствуют	VW TL 774 D
Стабильность в жесткой воде	отделения отсутствуют	VW PV 1426

Тест на коррозию

Потеря веса в mg/coupon				
Латунь	ASTM D3306 (max)	10	-0.9	ASTM D1384
Медь		10	-0.8	
Припой		30	-1.2	
Сталь		10	0.1	
Чугун		10	1.3	
Алюминий		30	-4.0	

Molyslide

Новая марка смазочных материалов Wolf Oil Corporation

Украинская компания "Интеройл" представляет новую продукцию известного производителя смазочных материалов Wolf Oil Corporation - марку Molyslide. Корпорация Wolf является независимой бельгийской компанией более чем с 45-летним опытом работы. Завод Wolf Oil - один из немногих в мире и единственный в Европе, на котором полностью автоматизирован процесс производства масел, что гарантирует стабильное качество продукта при невысокой цене. Регулярно обновляемое производственное оборудование и хорошо оснащенная химическая лаборатория обеспечивают соответствие продукции завода жестким стандартам. Кроме того, масла Molyslide имеют допуск MIL для военной промышленности США.

Среди основных потребителей завода Wolf Oil числятся такие автопроизводители, как GM, Ford, Porsche, Volkswagen AG, Rover. Что же касается марки Molyslide, то она значится среди элитных на этом предприятии. Смазочные материалы Molyslide производятся только из первичного сырья высшего качества. Базовые масла и присадки доставляются морем из Норвегии в порты

Антверпена или Роттердама и партиями отправляются на завод в автоцистернах.

Линейка продукции Molyslide включает моторные и трансмиссионные масла для легковых и грузовых автомобилей, а также мототехники; спецжидкости, консистентные смазки, турбинные, гидравлические и редукторные масла, сервисные продукты.

Среди моторных масел Molyslide есть как специально разработанные для определенных типов двигателей, так и универсальные продукты. Сегодня для легковых автомобилей предлагают следующие масла: синтетические с вязкостью SAE 5W-40 (API SL/CF), полусинтетические SAE 10W-40 для бензиновых (API SL/CF) и дизельных (API CF/SL) двигателей, минеральные SAE 15W-40, SAE 20W-50 для бензиновых и дизельных двигателей. Имеются также трансмиссионные синтетические и минеральные масла (SAE 75W-90, 80W-90 API GL-5) и жидкости для автоматических коробок передач (ATF II, ATF III).

Среди моторных масел для грузовых автомобилей выделяются полусинтетическое SAE 10W-40 и минеральное SAE 15W-40, специально создан-

ные для современных двигателей уровня UNPD. Имеют допуски ведущих автопроизводителей: Volvo VDS-2, Scania, MB 228.5, MAN 3277 и др. В зависимости от типа двигателя и способа его эксплуатации, срок замены данных масел может достигать 120 тыс. км.

Лабораторные исследования показали, что масло Molyslide практически не окисляется в двигателях даже после значительных пробегов и сохраняет работоспособность весь срок до плановой замены.

Вся продукция Molyslide рекомендована к применению ведущими мировыми автопроизводителями, сертифицирована и прошла санитарно-гигиенический контроль в Украине.

Компания Wolf Oil Corporation еще раз подтвердила, что качество не обязательно должно быть дорогим. Широкая автоматизация производства и малые издержки позволяют добиться низкой себестоимости и, как следствие, сделать масло доступным для всех потребителей.

**Приглашаем к сотрудничеству
Формируем дилерскую сеть**

ООО «Интеройл»,

02660, г. Киев, ул. Закревского, 22, оф. 324
тел./факс: (044) 451-44-95 (многоканальный)
e-mail: megaoil@svitonline.com



Современной технике – новые высококлассные масла!

Автомобильный парк Украины достаточно разнообразен, однако в последние годы наблюдается его стремительный рост - главным образом, за счет новой техники. Естественно, для ее обслуживания необходимо использовать современные смазочные материалы, которые в основном представлены дорогостоящими импортными продуктами. Однако с недавних пор ситуация изменилась, благодаря появлению на украинском рынке смазочных материалов "Оптимал", характеризующихся доступными для украинского

потребителя ценами и высокими качественными показателями.

В конце весны 2006 года в ассортиментной линейке масел "Оптимал" появились новые позиции: синтетическое масло "Оптимал Синтетик" 5W-40, предназначенное для бензиновых и дизельных двигателей современных автомобилей; полусинтетическое масло "Оптимал Элит" 10W-40 для бензиновых и дизельных двигателей современных автомобилей, включая двигатели с турбонаддувом и работающие на сжиженном газе; а также минеральное масло "Оптимал Супердизель" 15W-40 для дизель-



ных двигателей грузовых автомобилей с длительным интервалом использования - 35 000 км до очередной замены. За короткий отрезок времени данные масла успели привлечь внимание автовладельцев, о чем свидетельствует рост продаж этих видов масел. Важно отметить, что новые масла "Оптимал" не уступают многим импортным аналогам, поскольку изготавливаются на основе лучших базовых масел и высокотехнологических пакетов присадок производства заводов Европы.

Каждая партия выпускаемой продукции проходит испытания в собственной лаборатории, аккредитованной Госстандартом. По физико-химическим и эксплуатационным показателям масла "Оптимал" соответствуют требованиям, приведенным в таблице 1.

Таблица 1. Физико-химические свойства моторных масел «Оптимал»

Название показателя	Значение для марки		
	«Оптимал Синтетик» 5W-40 API SL/CF	«Оптимал Элит» 10W-40 API SL/CF	«Оптимал Супердизель» 15W-40 API CG
1 Вязкость кинематическая при 100°C, мм²/с	12,5 ~ 16,3	12,5 ~ 16,3	12,5 ~ 16,3
2 Индекс вязкости, не менее	150	140	135
3 Щелочное число, мг КОН на 1 г масла, не менее	9,5	10,0	10,0
4 Зольность сульфатная, %, не более	1,4	1,4	1,4
5 Температура вспышки в открытом тигле, °C, не ниже	205	205	205
6 Температура застывания, °C, не выше	минус 35	минус 30	минус 25
7 Плотность при 20°C кг/м³, не более	910	910	910
8 Массовая доля воды, %, не более	следы	следы	следы

«Нефтепродукт»

Сумская обл., г. Лебедин, ул. Гастелло, 2
тел.: (05445) 2-06-68, 5-12-92
e-mail: nefteprodukt@sm.ukrtel.net

API SL
10W/40

API на канистре

Сегодня API - одна из наиболее распространенных классификаций моторных масел по уровню качества. Практически на всех продуктах, предлагаемых на украинском рынке, в том числе и отечественного производства, указывается какой-то класс по API. Но многие задаются еще вопросами: что это означает, а действительно ли масло соответствует этому классу, проходили ли оно соответствующие испытания и т.д.

В чем основная задача классификаций? Во-первых - показать уровень качества смазывающего материала, во-вторых - выявить его назначение и облегчить потребителю выбор для конкретного вида техники и условий эксплуатации. Ввиду некоторого различия в конструкционных особенностях двигателя и тестируемых параметрах, существует одновременно несколько систем классификации моторных масел, наиболее популярные из которых API и ACEA. Причем наиболее часто производителями указываются соответствие выпускаемых продуктов уровням качества именно по API. В каждой системе моторные масла подразделяются на категории и группы, которые и определяют уровеньное положение масла исходя из его свойств. Так, согласно API, установлены следующие категории моторных масел по назначению и уровню качества: "S" - для бензиновых двигателей, "C" - дизельных двигателей, а также "EC" - энергосберегающие масла. Если масло универсальное, т.е. может использоваться и в бензиновом, и дизельном двигателе, то оно обозначается двумя символами (S-/C- или C-/S-). Причем первый символ указывает на основное предназначение масла, второй - на возможность его использования в двигателе другого типа.

В основном, аттестация моторных масел в API проводится согласно требованиям "Системы лицензирования и сертификации моторных масел" OELCS (Engine Oil Licensing and Certification System). В OELCS исполнительские требования и испытательные методы установлены произ-

водителями автомобилей и двигателей, техническими обществами и ассоциациями, как, например, Американская ассоциация производителей автомобилей (AA-MA), испытаний и материалов (ASTM), Общество автомобильных инженеров (SAE), Ассоциация производителей двигателей (EMA), Американский химический совет (ACC). Программные требования изложены в публикации API Publication 1509, OELCS. Этот стандарт описывает требования к работам, объясняет текущие категории масел, их предназначение и т.п.

Сегодня на сайте API указано 10 категорий моторных масел (<http://eolcs.api.org/DisplayServiceCategories.asp>): 6 для дизельных (CF, CF-2, CF-4, CG-4, CH-4, CI-4) и 4 для бензиновых двигателей (SH, SJ, SL, SM). Следует отметить, что SH - это уже устаревшая категория, и используется она только в сочетании с "C" (например, CF-4/SH). Информация о данных категориях масел приведена в таблице 1.

Примечание. Для бензиновых двигателей самая последняя сервисная категория включает исполнительные свойства каж-

дой более ранней. Так, если для автомобиля требуется масло API SJ или SL, то SM масло обеспечит его полную защиту. Для дизельных двигателей самая поздняя категория обычно, но не всегда, включает исполнительские свойства более ранней категории (могут отличаться особенности строения и предназначение двигателя, требования к качеству топлив и т.д.).

Наглядным свидетельством того, что моторное масло прошло лицензирование в API, являются специальные метки. Так, продукция, которая соответствует требованиям категорий качества и официально испытана, имеет на своих этикетках графический круглый знак - API® Service Symbol "Donut" (API символ обслуживания), показанный на рисунке 1. В верхней части указывается назначение масла и уровень его эксплуатационных свойств, в среднем - вязкость по SAE, внизу - энергосбережение (в маркировке масла данное свойство обозначается буквами EC, указанными после класса API). Если масло не обладает энергосберегающими свойствами в сравнении с эталонным, нижняя часть знака будет пустой или в



Рис. 1.



Рис. 2.

Рис. 3.



ней могут указываться какие-то дополнительные сведения (рис. 2).

Помимо этого, сертифицированные в API масла, соответствующие требо-

ваниям Международного комитета по стандартизации и апробации смазочных материалов ILSAC (International Lubricant Standardization and Approval Committee), объединяющего усилия Американской и Японской ассоциацией производителей автомобилей, обозначаются символом API® Certification Mark "Starburst", показанным на рисунке 3. Им маркируются только высококачественные масла с энергосберегающими свойствами. Проводят классификационные испытания и проверяют соответствие имеющихся на рынке продуктов их маркировке независимые уполномоченные лаборатории.

Процессу развития нового стандарта API или исправлению существующего предшествует ряд процедур. Предложение вносится на рассмотрение специальным подкомиссиям (в их число могут входить потребители, изготовители, экспертные консультанты в специфической области, покрываемой стандартами), ответственным и голосующим за изменение стандартов. Если подкомиссия принимает предложение, оно передается сдельной группе, несущей ответственность за подвластный стандарт. Далее сдельные группы формируют рабочие группы (в число которых входят эксперты), которые развивают новый или исправляют существующий стандарт. Как только рабочая группа достигла результатов согласия по призывному содержанию, они предоставляют их на рассмотрение сдельной группе. Если последняя все одобряет, то передает подкомиссии для составления избирательного бюллетеня. В случае неодобрения содержимого сдельной группой оно посылается обратно рабочей группе на доработку.

На избирательном бюллетне API от каждого члена подкомиссии требуется или положительный ответ, или воздержание, или, если есть, комментарии с разъяснением своей позиции, которые в дальнейшем рассматриваются. После одобрения бюллетеня подкомиссией создается новый стандарт либо пересматривается существующий.

Производители смазочных материалов проделывают невероятный объем работ, чтобы сертифицировать свой продукт и получить удовлетворительный результат по испытаниям. Проводится тщательная оптимизация всех показателей масла, де-

Таблица 1

Категория		Комментарий
CF	Дизельные двигатели	Введена в 1994 году. Масла для внедорожной техники, двигателей с разделительным впрыском, в том числе работающих на топливе с содержанием серы 0,5% от массы и выше. Заменяет масла CD.
CF-2		Введена в 1994 году. Только для двухтактных двигателей. Можно использовать вместо CD-II масел.
CF-4		Введена в 1990 году. Для быстроходных четырехтактных дизельных двигателей с турбонаддувом и без него. Можно применять вместо CD и CE масел.
CG-4		Введена в 1995 году. Для двигателей быстроходной дизельной техники, работающей на топливе с содержанием серы менее чем 0,5%. Масла CG-4 для двигателей, выполняющих требования по токсичности отработанных газов, введенные в США с 1994 года. Заменяет масла CD, CE и CF-4 категорий.
CH-4		Введена в 1998 году. Для быстроходных четырехтактных двигателей, удовлетворяющих требованиям по токсичности выхлопных газов, введенных в США с 1998 года. Масла CH-4 позволяют использовать топливо с содержанием серы вплоть до 0,5% от массы. Можно использовать вместо CD, CE, CF-4 и CG-4 масел.
CI-4	Бензиновые двигатели	Введена в 2002 году. Для быстроходных четырехтактных двигателей, проектируемых для удовлетворения нормам по токсичности отработавших газов, осуществляемым в 2002 году. Масла CI-4 допускают использование топлива с содержанием серы вплоть до 0,5% от массы, а также применяются в двигателях с системой рециркуляции отработанных газов (EGR). Заменяет CD, CE, CF-4, CG-4 и CH-4 масла. *В 2004 году была введена дополнительная категория API CI-4 PLUS. Ужесточены требования к сажеобразованию, отложениям, вязкостным показателям, ограничение значения TBN.
SH		Масла для бензиновых двигателей 1996 года и старше. Категория может быть сертифицирована как дополнительная к категориям "C".
SJ		Для двигателей 2001 года и старше.
SL		Для двигателей 2004 года и старше.
SM		Введена в ноябре 2004 года. Для всех используемых сегодня двигателей. Масла SM обладают улучшенной стойкостью к окислению, защитой от отложений и износа, низкотемпературными свойствами. Некоторые масла SM могут соответствовать последней спецификации ILSAC и являться энергосберегающими.

тально подбираются и сочетаются все компоненты пакета присадок и базовое масло. Однако это еще не все. Лицензирование смазочного материала стоит огромных денег, исчисляемых десятками, а то и переваливающими за сотню тысяч долларов.

ется широчайший ассортимент моторных масел, имеющих обозначения по классам API, однако подавляющее их число не проходили требуемых испытаний. Причем это касается продукции не только отечественных производителей, но и зарубеж-

Сегодня на украинском рынке предлагается широчайший ассортимент моторных масел, имеющих обозначения по классам API, однако подавляющее их число не проходили требуемых испытаний. Причем это касается продукции не только отечественных производителей, но и зарубежных марок.

Позволить себе такие растраты могут далеко не все производители смазочных материалов, как правило, в число которых входят крупные, дорожащие именем и имеющие большие капиталы компании.

Сегодня на украинском рынке предлага-

емых марок. Соответствие масла классу, указанному на канистре производителем, может быть определено проведением лабораторных и моторных испытаний по комплексам методов, установленным API. Причем если масло универсальное, то оно

должно проходить испытания на соответствие требованиям обеих категорий ("S" и "C"). Множество же масел не имеют сертификатов и не испытывались. Установленные в них категории определяются или по аналогии с лицензированными продуктами других компаний, имеющими в составе аналогичный пакет присадок и базу, или после проведения определенного комплекса лабораторных исследований, по результатам которых указывается соответствие категории по API. Однако при лицензировании в API проводятся не только лабораторные испытания, в ходе которых можно определить "общие" характеристики масла (вязкость, индекс вязкости, температуру вспышки, замерзания, щелочность, цвет и т.д.), но и испытания на реальных двигателях, где определяются, например, такие показатели масла, как моющие, противоизносные свойства, нагаро- и лакообразование.

Класс масла может быть подтвержден только сертификатом, выданным API, а списки компаний и их продукции, прошедшей лицензирование, размещены на официальном сайте данной организации.

Некоторые производители также ссылаются на использование современных пакетов присадок, рекомендуемых и поставляемых производителями присадок для достижения того или иного уровня свойств, а также соблюдением поданных или совместно разработанных с ведущими компаниями рецептур и технологического процесса, что и позволяет им заявлять о соответствии масел требованиям API. Однако это соответствие гипотетическое. Класс масла может быть подтвержден только сертификатом, выданным API, а списки компаний и их продукции, прошедшей лицензирование, размещены на официальном сайте данной организации.

Если посмотреть по спискам стран (<http://eolcs.api.org/DisplayCountries.asp>), то, вполне закономерно, что наибольшее количество компаний, владеющих лицензиями, - из США (194). Далее идут Япония (55), Канада (36), Мексика (27), Китайская народная республика (19), Объединенные Арабские Эмираты (15), Индия и Республика Сингапур (по 13), Испания (11) и т.д. Из некоторых европейских и приближенных к нам странам, в том числе и выходцев из бывшего Советского Союза, числятся в списках Болгария (2), Финляндия (1), Франция (10), Германия и Италия (по 3), Российская Федерация (6), Республика Словакия (1), Швеция (1) и др. Более подробную информацию можно посмотреть по указанному выше адресу. Нужно сразу заметить, что данные списки постоянно редактируются, поэто-

му вполне возможно, что на момент выхода журнала количество владеющих лицензиями компаний может измениться.

Многим интересно, какие же компании имеются в списках из "родственной" нам России и Украины. Так вот, на данный момент из российских указаны: EKOPROM LTD, LLC "TNK LUBRICANTS", JSC POVOLGSKIY ZAVOD MASEL & RASTVORITELEY, LUKOIL-PERMNEFTEORGSIINTEZ LTD, VIAL OIL LTD и YUKOS OOO NOVOKUIBYSHEVSK PLANT OF OILS AND ADDITIVES. Из Украины - только XADO LTD (г. Харьков). Однако владеющая лицензией компания - это одно, а продукция, которая прошла утверждение - совсем другое. Ведь в линейке производителей зачастую ассортимент масел очень широк и превышает количество сертифицированных продуктов. Эти данные можно оценить по следующей схеме. Сначала зайти в директорию имеющих лицензии стран

(адрес <http://eolcs.api.org/DisplayCountries.asp>), выбрать интересующую страну, затем компанию (на открывшейся странице указываются данные о компании: название, адрес, страна, сайт и т.д.), "кликнуть" на круглый знак API. После этого открывается страница, на которой перечислены испытанные продукты, указаны их названия, вязкость по SAE, категории API, дата истечения лицензии. Например, на сегодняшний день компанией XADO LTD сертифицировано 8 продуктов: XADO 0W-30 (SL/CF), 10W-40 (SL/CI-4), 15W-40 (SL/CI-4), 5W-30 (SM/CF), 5W-40 (SM/CF), XADO DIESEL 15W-40 (CI-4), CITY LINE 10W-40 (SL/CI-4) и 5W-40 (SL/CF), на которых производитель может указывать символы API (API® Service Symbol) до 27 января 2007 года.

Теперь немного об имеющихся на рынке продуктах. Мы их делим на отечественные и зарубежные, причем зачастую отечественным предписываем низкое качество. Однако не всегда зарубежный продукт намного лучше нашего, а изготовленное в Украине масло - плохое. Здесь нужно провести определенное разделение: на компании, дорожащие своей репутацией, именем марки и ответственные за качество смазочных материалов, и фирмы, работающие на "рынок", стремящиеся только получить прибыль. Сегодня некоторые отечественные производители сделали достаточно серьезный рывок в повышении качества предлагаемой продукции и поддержании имиджа наших "мас-

ленщиков". Большинство из них покупает составляющие для изготовления (а если точнее, в большинстве только для компандирования) у известных зарубежных компаний. И по качеству компоненты достаточно высокого уровня. Например, есть у нас уже на рынке продукты синтетической группы отечественного производства, на канистрах которых по тому же API указывается класс SL. Пусть даже испытания в API не проводились (вспомним об их стоимости!), но говорить о низком качестве всех отечественных масел тоже неправильно. Производители не указывают, что проводили лицензирование в API, а показывают, хоть и не подтвержденный официально, качественный уровень продукта. К тому же пока в синтетическом "секторе" украинского рынка конкуренция не очень острая, следовательно, зарубежные производители синтетических базовых масел позволяют себе продавать качественные материалы. В минеральной группе ситуация немного сложнее. Там уже идет жесткая борьба за покупателя, поскольку в Украине много техники, требующей этих масел. Поэтому качественную минеральную базу сегодня купить сложнее. В этом сегменте компании не стремятся породить себе же конкурента и, как правило, зарубежные минеральные масла известных производителей обладают более высокими показателями. Но они же и намного дороже.

В завершение хочется отметить, что в разных моторных маслах, соответствующих одному и тому же классу API, могут быть применены различные базовые масла и композиции присадок, следовательно, разнятся и их свойства. Поэтому одни моторные масла могут предельно соответствовать полученным классам, другие же - обладать определенным запасом качества. Так, при выходе нового класса API моторные масла некоторых производителей вполне способны сразу же получить сертификат на соответствие этому уровню качества, для других же потребуются доработка или применение новых технологий и компонентов. Также нужно учитывать, что API предполагает общепринятые требования к маслам, а производитель техники может дополнять их своими.

В нашем повествовании об API пока остаются открытыми следующие вопросы: вправе ли производители моторных масел указывать какие-либо категории по API на своих канистрах без проведения соответствующих испытаний, какие претензии по отношению к ним могут быть со стороны API, как обстоят дела с этим на украинском и других рынках и т.д. Обо всем этом читайте в следующих выпусках журнала.

Подготовил Юрий Стороженко

TEBOIL

Найдется все!

Огромное количество представленных на украинском рынке марок масел усложняет выбор той, с которой было бы не только выгодно работать, но и на которую можно полностью положиться. Немаловажное значение имеет ассортиментная линейка. Что ни говорите, а терять клиентов по причине отсутствия в ассортименте нужного им продукта сегодня уже просто непозволительно. По словам дистрибьюторов торговой марки Teboil, им данная проблема не знакома: могут подобрать нужное масло не только для обычной «легковушки», но и для самой экзотической дорожной или строительной техники.

Менталитет украинского потребителя в последнее время существенно изменился. Все больше отечественные автовладельцы отдают предпочтение высококачественным продуктам. Сегодня одним из производителей таких материалов является финская компания Teboil, хорошо известная во многих странах мира, в том числе и нашему потребителю еще со времен Советского Союза. Смазочные материалы Teboil изготавливаются только в Финляндии (г. Хамина) на одном из наиболее современных и высокоавтоматизированных заводов в Европе, а работа по контролю и разработке продукции возложена на собственный научно-лабораторный комплекс.

Если говорить о линейке продукции Teboil, то она во многом продиктована спецификой климатических условий (о трескучих морозах, кстати, знакомых и нам по прошлой зиме, они знают не понаслышке) и автомобильным рынком Финляндии. Как известно, в Финляндии своего автопроизводителя нет, однако парк страны достаточно насыщен и разнообразен. Поэтому Teboil предлагает широкую гамму масел, находящих применение в разных видах техники, многие из которых универсальны. В общем, выпускается около 250 наименований продукции: моторные, трансмиссионные, гидравлические масла, а также судовые и ин-

дустриальные. Производятся также смазки, автокосметика и автохимия.

Большой интерес компании в Украине вызывает рынок автомобильных масел. И не удивительно, ведь есть что предложить. Линейка достаточно современна и разнообразна. В ней присутствуют масла для самых новых грузовых и легковых автомобилей, сельхозтехники, однако есть и продукты для транспортных средств старых конструкций. Без сомнения, сегодня атрибутом лидерства многих известных марок является наличие в ассортименте полностью синтетических моторных масел. Есть они и в Teboil, причем, линейка достаточно широкого диапазона, с маслами вязкостью по SAE 0W-30, 0W-40, 5W-30, 5W-40, 10W-60 и 15W-40 для бензиновых, дизельных двигателей и даже двигателей, работающих на газе. Помимо полностью синтетических продуктов, предлагаются синтетические, полусинтетические и минеральные масла разных групп качества и вязкостей. Многие масла предназначены для новейшей техники, позволяют выполнить экологические нормы Euro, имеют наивысшие классы API, ACEA и одобрения ведущих автопроизводителей, таких как VW, BMW, Porsche, MB, GM, MAN, Volvo, Cummins, Mack, Renault и мн. др. Примерами могут послужить масла **Diamond Carat III 5W-30** (ACEA A3/B4, C3; VW 504.00/507.00), **Diamond 5W-30** (API

SL, SJ/CF, ACEA A3/B3-04; GM-LL-A-025, GM-LL-B-025, BMW LL-01, MB 229.3, VW 502.00 и 505.00), "грузовое" **Super XLD L-SAPS 10W-40** (API CF, ACEA E6 (E4), MB 228.51, MAN M3477), позволяющее выполнить требования Euro 4, минеральное **Super HPD 10W-30, 15W-40** (API CI-4, CH-4, CG-4, CF-4, ACEA E5, E3/B3; Cummins CES 20.720, -2, -6, и -7, Mercedes-Benz 228.3 и 229.1, MAN M3275, Mack EO-M Plus, RVI E3R/RLD, 15W-40 - Volvo VDS-3, отвечает требованиям Scania и Sisu) и т.д. Весь ассортимент моторных масел чрезвычайно широк и в Украине практически нет техники, независимо от ее "современности", для двигателей которой бы Teboil не мог предложить смазочный материал.

Не отстает от моторных масел и линейка трансмиссионных. Сегодня она представлена синтетическими и минеральными маслами, а также жидкостями для автоматических коробок передач. Для механических трансмиссий масла соответствуют по API GL-1, GL-4 и GL-5 и имеют множество одобрений (Allison, Caterpillar, Ford, John Deere и т.д.). Как и в моторных маслах, вязкостные показатели достаточно разнообразны: 90, 75W-80, 75W-90, 75W-140, 80W, 80W-90 и т.д. Многие продукты являются универсальными, и могут использоваться для трансмиссий, дифференциала и гидравлической системы. В жидкостях для автоматических трансмиссий присутствуют продукты как для легкой и тяжелой техники, так и для автомобилей разных годов выпуска. Жидкости соответствуют стандартам и имеют одобрения многих ведущих фирм по производству трансмиссий: GM Dexron, Ford Mercon, Allison, ZF, MAN, Daimler-Chrysler, MB и т.д.

Немаловажным фактором, влияющим на надежность работы двигателя, является охлаждающая жидкость. Teboil предлагает несколько их видов, в том числе и антифриз нового поколения на основе этиленгликоля. Он не содержит в своем составе нитрита, фосфата и амина, рекомендуется для современных двигателей, в производстве которых, наряду с традиционными металлами, используется алюминий, медь и латунь. Отвечает требованиям Mercedes, Scania, VAG, BMW, Opel, Porsche, превышает требования к качеству, указанные в стандарте BS 6580:1992.

Помимо рассмотренной продукции, есть в линейке Teboil и моторные масла для двухтактной техники, и специальные смазки, и гидравлические масла, в том числе биологически распадающиеся и мн. др. Однако рассмотреть весь предлагаемый ряд в рамках одного материала невозможно. Для заинтересовавшихся же, а основания для этого есть, поскольку продукция характеризуется весьма достойным качеством при лояльных ценах, ассортимент и интересующие показатели можно просмотреть на сайте www.teboil.ru или получить необходимую информацию у официального представителя Teboil в Украине компании "Росэкспорт".



ЗАО «Росэкспорт», представитель Oy Teboil Ab (Финляндия) в Украине, тел.: (044) 496-96-90, e-mail: info@rosexport.com.ua, www.teboil.ru

Продвижение моторных масел на российском рынке

Используя свой опыт работы по продвижению марки «ТНК смазочные материалы» в 2005 году, авторы описывают ситуацию на российском рынке смазочных материалов и технологию продвижения смазочных материалов (СМ) через СМИ.

Потребитель моторных масел

Сегодня на автомобильные масла приходится более половины от общего объема потребления смазочных материалов в России: порядка 1,8 млн. т (Discovery Research Group, июль 2006 г.). На автомобильные и промышленные масла приходится уже до 75% рынка. При этом рост автопарка (каждый день только в Москве на улицах появляется 500 новых автомобилей) и изменение его структуры за счет автомобилей иностранного производства привели к значительному росту импорта масел.

Являясь третьим по объемам рынком смазочных материалов после США и Китая, Россия сегодня стала крупнейшим импортером масел и смазок. В результате чего данный рынок можно охарактеризовать как высококонкурентный. В частности, в последнее время условия конкурентной борьбы значительно трансформировались благодаря изменению потребительского поведения: автовладельцы все чаще обращаются для замены масла в сервис и покупают его не в специализированных магазинах, а в гипермаркетах. Эти тенденции свидетельствуют о внедрении

европейских норм эксплуатации автомобилей, однако требуют от игроков рынка реструктуризации системы дистрибуции.

По уровню знания и потребления смазочных материалов в России пальму первенства держит марка «Лукойл». Знание этой марки находится в пределах около 70% среди потребителей моторных масел, покупали ее хотя бы раз за последние полгода порядка 40% потребителей. Связано это с активным интегрированным продвижением марки Лукойл (примеры известных рекламных кампаний: «Король бензоколонки», «Лукойл - мобилизация», «Загляни на Лукойл» и т.д.), а также высоким воспринимаемым потребителями качеством продукции марки. У остальных марок знание и потребление значительно отстают от лидера (смотри график 1).

Общий социально-демографический портрет покупателя моторных масел выглядит следующим образом: в основном это мужчины в возрасте 25-54 лет (график 2), хотя женщины тоже покупают данные продукты, но в меньшей степени.

Наибольшее потребление СМ характерно для потребителей со средним материальным положением («Хватает денег на еду и одежду, но не могут покупать дорогие вещи», «Могут покупать дорогие вещи, но не могут покупать все, что захотят»). В Москве по социальному статусу самыми большими потребительскими группами являются специалисты, руководители, служащие. При этом наибольшая часть потребителей СМ работает, имеет семью, занята в промышленном производстве, строительстве, монтаже и на транспорте. По России картина слегка изменяется. Россия все еще ездит на стареньких «Жигулях». Первое место по массовости покупок СМ, если рассматривать социальный статус покупателей, принадлежит рабочим, затем руководителям, специалистам, пенсионерам и служащим (смотри также график 3).

Хотя покупательское поведение женщин при выборе моторного масла отличается от мужского, тем не менее, сильная марка СМ оказывает на их выбор существенное значение. В связи с достаточно большим количеством женщин-автолюбителей и постоянным ростом их числа выглядит странным отсутствие на российском рынке марки СМ позиционируемой специально для женщин. Авторы статьи провели соответствующие исследования, рассмотрев возможность создания данной марки, и располагают информацией о потенциальной успешности женской марки СМ.

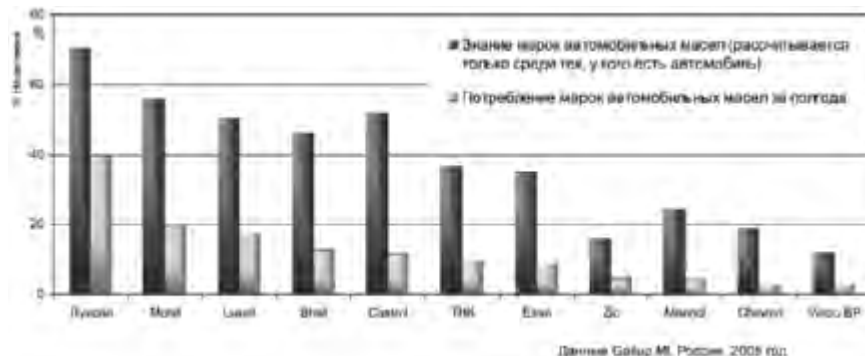


График 1. Знание и потребление за последние полгода марок СМ среди потребителей (старше 16 лет, в городах с населением от 100 тыс. человек). Данные TNS/Gallup.

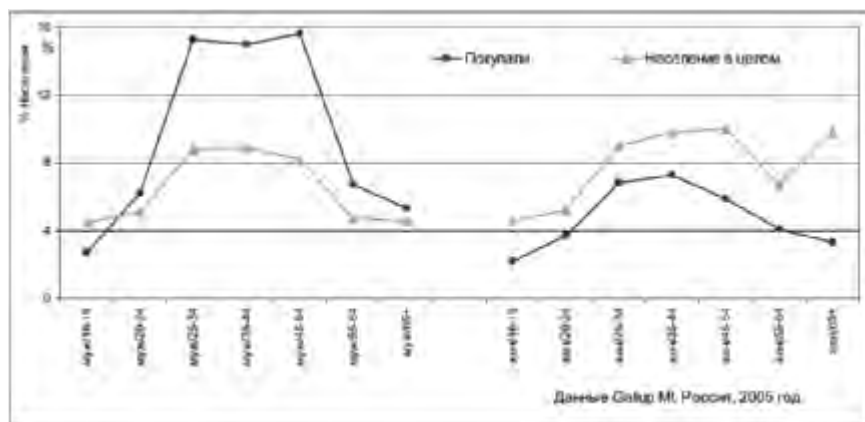


График 2. Процент покупателей СМ (за последние полгода) в поло-возрастных группах в сравнении с общей величиной групп (в городах с населением от 100 тыс. человек). Данные TNS/Gallup.

В наших исследованиях типичной реакцией потребителей на вопрос о "женском моторном масле" были следующие:

- "Женское моторное масло ... - это актуально. Мне было бы удобно, чтобы упаковка выделялась в магазине, в глаза бросалась, не как все эти однообразные мужские варианты. И производитель конечно важен, масло должно быть качественным, а реклама эмоциональной, чтобы мне нравилось".

- "Женское моторное масло ... Да, почему бы и нет, было бы здорово найти на полке магазина упаковку, которую приятно взять в руки, зная, что это масло обязательно подойдет для моей машины".

Особенности поведения потребителя при выборе моторного масла

В 2005 году в рамках проекта "ТНК смазочные материалы" были проведены маркетинговые исследования, ставящие перед собой задачи: изучить потребительское поведение при выборе и покупке моторного масла, определить степень лояльности к моторным маслам отдельных производителей, изучить общие представления о банках масел и их этикетках.

Было выявлено, что респонденты стараются не менять производителя моторного масла, в основном, чтобы лишний раз не промывать двигатель, во избежание притирки его деталей. И, конечно, по причине сложившейся привычки, приверженности к марке. Это факторы, положительно влияющие на лояльность потребителей к марке СМ.

При приобретении потребителями новой марки СМ они, прежде всего, руководствуются: советом друзей, публикациями статей в тематических журналах, а также могут принять решение о покупке под влиянием проводящейся акции стимулирования сбыта или совета грамотного продавца. Случайное использование подделки, ухудшение качества масла незамедлительно влечет за собой соответствующее решение об отказе от использования.

Фактор "цены" воспринимается разными сегментами потребителей по-разному. Для высокодоходных потребителей более высокая цена - положительный фактор, говорящий в пользу покупки, а для потребителей, ограниченных в средствах, - отпугивающий от покупки параметр. Фактор "качество" хотя и занимает в голове любого потребителя ведущее место, но воспринимается им как комплексный показатель, сформированный из смеси имиджа, технических показателей, марки производителя и т.п. К тому же, по мнению покупателей, импортные и отечественные масла практически не отличаются по качеству. Масло отечественного производства привлекает их более низкими ценами. По мнению потребителей масла отечественного производства лучше подходят для отечественных автомобилей. Таким образом, "качество" для каждого сегмента потребителей свое, что обуславливает необходимость

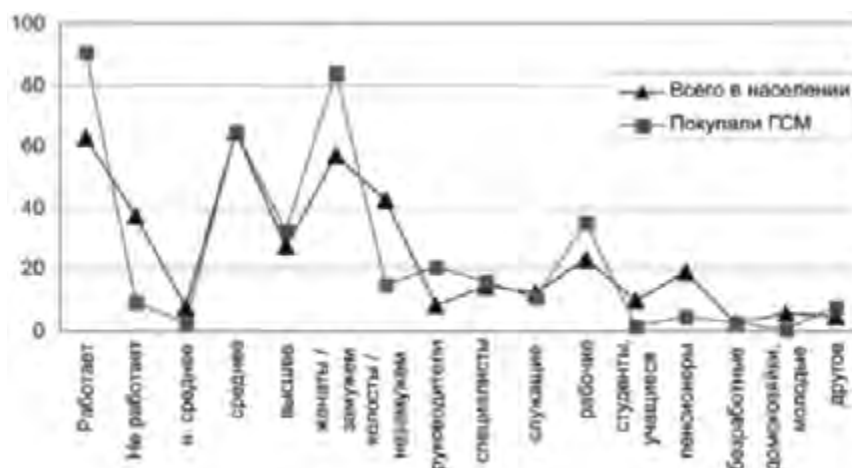


График 3. Процент покупателей СМ (за последние полгода) в социальных группах в сравнении с общей величиной группы (в городах с населением от 100 тыс. человек). Данные TNS/Gallup.

Марка	Слоган	Основное сообщение	Факторы и мотивы
		Технически УМ-И. Максимальное моторное масло на основе синтетического УМ-И. ЗС устанавливает новый стандарт работы двигателя. Выбирайте ZIC.	Эмоциональный фактор. Фактор: уверенность.
	Моторное масло ELF - подлинное качество высшего качества.		Эмоциональный фактор. Вискозность, универсальность.
	Очищает, дарит новый стиль - масло SHELL HELIX.	Действует на двигатели, обеспечивает экономичную эксплуатацию, очищает внутренние части двигателя и снижает трение.	Эмоциональный фактор, чистота.
	Теплый. Быстро. Энергия движения.		Эмоциональный фактор. Сила, скорость, энергия.
		Спорт есть в каждом из нас. Официальный партнер федерации поддержки олимпийцев.	Эмоциональный фактор.
	Сильный. Идеальный двигатель.	Предоставляет максимум защиты. Защита двигателя от износа, коррозии, пыли.	Эмоциональный фактор. Универсальность, универсальность.
	Моторное масло Brittex от Lukoil - лучшее решение для Вашего двигателя.	Заботится о работе двигателя.	Эмоциональный фактор.

Таблица 1. Слоган некоторых марок и основное предложение потребителю.



Схема 1. Механизм выбора и покупки СМ.

создания для каждой потребительской группы своего рекламного видеоряда и придание своего смысла основному рекламному сообщению. Иллюстрацией к этому может служить таблица 1, где показаны примеры слоганов некоторых марок и производителей СМ, а также то предложение, которое они хотят донести до потребителя.

Также немаловажную роль при выборе СМ покупателем играет образ упаковки продукта. По мнению опрошенных, упаковка, безусловно, говорит о качестве моторного масла. Если упаковка выглядит красиво и качественно, имеет много элементов защиты от подделки, то такой товар производит благоприятное впечатление и "в первый раз точно ку-

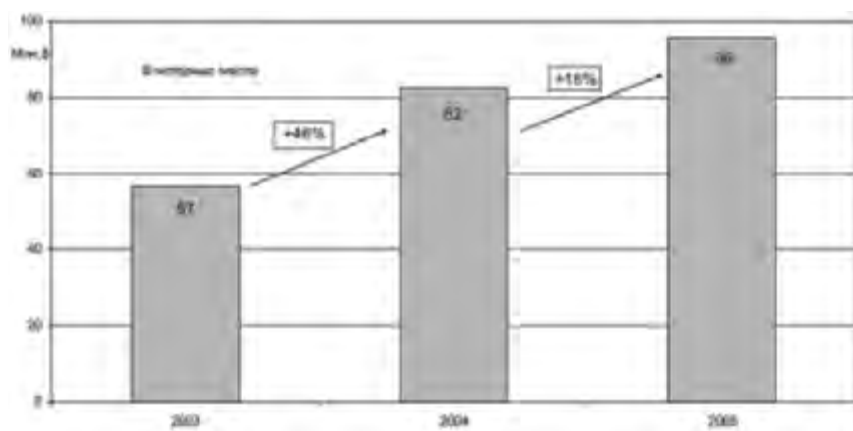


График 4. Инвестиции в рекламу моторного масла (мониторинг рекламных затрат).

	2003	2004	2005
	U-TECH	ЛУКОЙЛ	SHELL
	ЛУКОЙЛ	CASTROL	ESSO
	MOBIL	MOBIL	ЛУКОЙЛ
	ESSO	ESSO	CASTROL
	CASTROL	U-TECH	MOBIL
Всего рекламировалось по годам	48 марок	56 марок	51 марок
Всего за 2003-2005 годы рекламировалось	67 марок		

Таблица 2

пишь, интересно попробовать". Какая же информация представляет наибольшую ценность для покупателей моторного масла на упаковке продукта?

По результатам нашего опроса, было выявлено, что самая необходимая информация на этикетке моторного масла - это, прежде всего, информация о производителе, стандарт, вязкость, температурный режим масла; наличие списка аналогичных масел, а также маркировка, объем, название серий и для каких двигателей подходит данное масло. Этикетка должна быть яркой, информативной и легко читаемой.

Что касается канистры, она должна иметь удобную лейку и ручку, быть устойчивой; должна присутствовать защита от подделок: логотипы, кольцо на крышке, иметь аккуратный шов и заметные мерные деления.

Сам механизм покупки моторного масла потребителем товарной категории горюче-смазочные и расходные материалы можно проследить на схеме. Именно воздействуя на этот механизм рекламным или промо-стимулом при продвижении марка пытается оттянуть на себя низкокачественных потребителей.

Резюмируя все вышеизложенное, можно выделить основные факторы, которые необходимо учитывать при продвижении моторного масла:

- специфика и сезонность потребления;
- позиционирование продукта и предыдущая рекламная кампания;
- действия конкурентов;
- специфика целевой аудитории, ее лояльности;
- механизм покупки СМ и его специфика

(для воздействия в продвижении на более "тонкое место" для выбора именно этой марки).

Ситуация на рынке и продвижение СМ

По прогнозам экспертов, в ближайшие годы производство автомобильных масел продолжит поступательный рост за счет загрузки простаивающих перерабатывающих мощностей. Так, по оценкам экспертов рынка, в 2006 г. объем производства смазочных материалов для автомобилей в России составит порядка 3 млн. т, а в 2010 г. - по разным оценкам, от 3,8 до 4 млн. т. Наибольший удельный вес в совокупном объеме потребления занимает Центральный ФО - 26%, далее следуют Приволжский и Сибирский ФО - 20 и 18% соответственно. Наименьшее же потребление смазочных материалов зафиксировано в Северо-Западном и Дальневосточном федеральных округах - 8 и 6% соответственно. Здесь наблюдается зависимость от уровня жизни.

Последние годы происходит **поступательный рост инвестиций в рекламу**. За 2004 год инвестиции, по данным Gallup, увеличились на 46% по сравнению с 2003 годом, а за 2005 год - на 16% по сравнению с 2004 годом (график 4). Объясняется это общим ростом экономики и уровня жизни россиян. Увеличивается число автолюбителей и, соответственно, наблюдается тенденция роста потребления моторных масел.

На рынке моторных масел наблюдается достаточно острая конкуренция, в том числе в рекламе. По данным исследовательской компании TNS Gallup Media, в 2003-2005 гг. рекламировалось 67 марок моторного масла. И

это при том, что количество представленных на рынке марок автомобильных масел не уступает числу автомобильных брендов. Значительное число марок рекламируемых СМ имеет иностранное происхождение. Лидеры по инвестициям за вышеуказанный период: ESSO, Лукойл, Shell, Mobil, Castrol приведены в таблице 2 по годам.

Если говорить о сезонности **рекламирования**, то первая волна рекламы наблюдается в марте-мае, вторая - в сентябре-ноябре каждого года (график 5). Это связано с тем, что в эти месяцы, как правило, происходит плановая подготовка автомобилей (в том числе замена моторного масла) к новому сезону: к зиме или к лету и потребители нацелены на покупку продукта именно в это время.

Продвижение моторных масел в СМИ

Как мы видели выше, смазочные материалы активно продвигаются на потребительском рынке. Наибольшие инвестиции в рекламу были у марки ESSO - 18% и Лукойл - 17%, на марки Shell, Castrol, Mobil приходится по 12%; U-TECH - 9%, Total - 5%, ELF - 3%. На марки Luxoil, Mannol - по 2%. На все остальные марки в общей сложности приходится 8% бюджета на продвижение в данной категории.

Более крупные марки-рекламодатели размещают рекламу моторного масла в самом массовом рекламном носителе - телевидении. На телевизионную рекламу моторных масел за исследуемый период (2003 - 2005 годы) приходится 84% всех рекламных инвестиций. Менее крупные рекламодатели активно используют прессу - на этот вид рекламы приходится 6% инвестиций, радио - 5% и наружная реклама - 4%. На графике 6 можно проследить тенденцию изменения объема рекламных инвестиций и выходов в различных медианосителях по годам.

Увеличение рекламных инвестиций марок напрямую связано с таким понятием, как медиаинфляция, т.е. увеличением стоимости размещения в медианосителях. Так, с учетом медиаинфляции, затраты на продвижение в товарной категории остались те же либо выросли совсем незначительно. Например, на телевидении, основном медианосителе, по данным ВИ и "НТВ - Медиа", в 2006 году повышение цен на ТВ-рекламу составило 30-40%.

ТВ. Лидеры по инвестициям на ТВ за исследуемый период марки - ESSO (21% ТВ-инвестиций), затем - Лукойл (17% - ТВ-инвестиций), Mobil (13%), Castrol (13%), Shell (13%).

Основным видом рекламы на ТВ в 2003-2005 гг. были прямые рекламные ролики. Средний хронометраж рекламного ролика за исследуемый период - 15 секунд. Наблюдается тенденция в сторону увеличения среднего хронометража рекламных роликов: если в 2003 году эта цифра составляла 11", то в 2004 году это уже - 16", а в

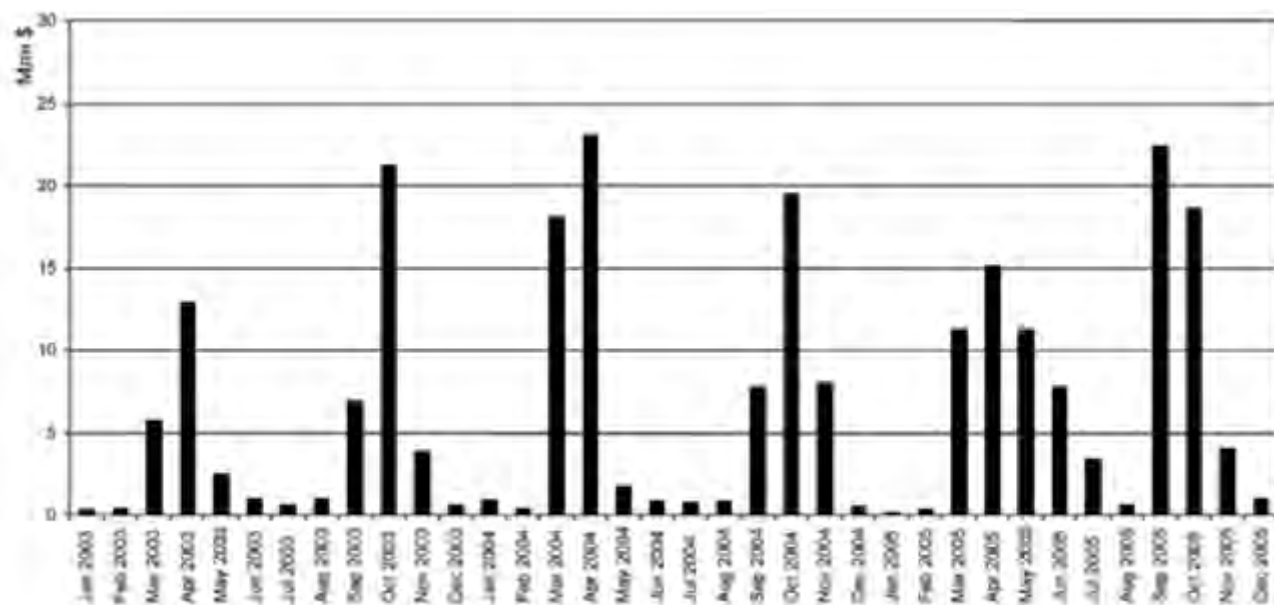


График 5. Сезонность рекламирования моторного масла за три года и затраты на общероссийскую рекламу.

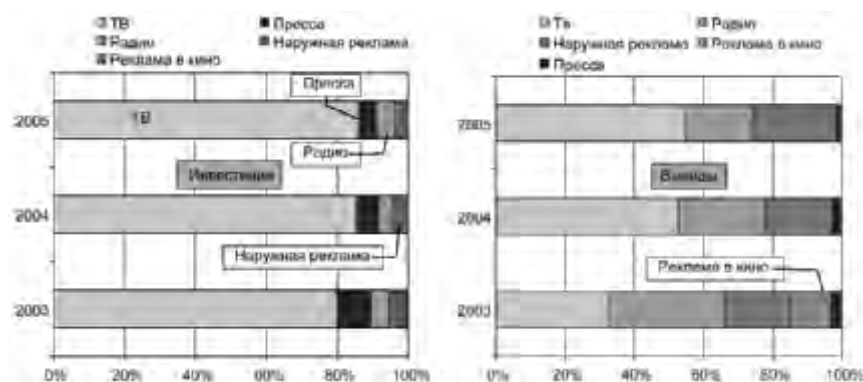


График 6. Распределение рекламных инвестиций и выходов рекламы масел по различным рекламным носителям.

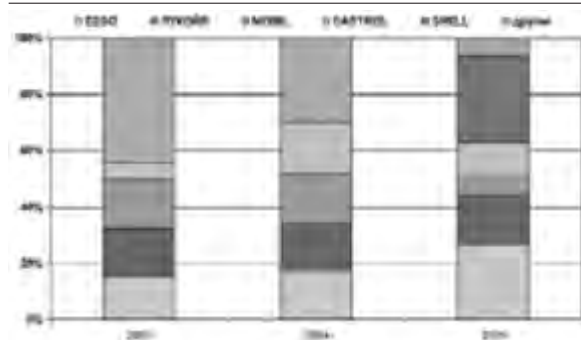


График 7. Распределение рекламных инвестиций марок на ТВ по годам.

2005 году - 18". Спонсорские мероприятия в продвижении использовались марками: Лукойл, Total, Spectrol, U-TECH, Castrol, Esso, TNK, Pennzoil, Азмол. Особенно активно спонсорство отмечалось у марки U-TECH - 66% всех спонсорских мероприятий категории "моторные масла", также большой процент спонсорства у марки TNK - 23%. Остальные марки неактивно использовали этот вид рекламы.

Сезонность рекламирования на ТВ анало-

гична общей сезонности: подъем наблюдается в марте-мае и в сентябре-ноябре.

Пресса. Лидеры по рекламным инвестициям в прессе - Mannol (13%), Лукойл (13%), TNK (8%), Mobil (7%), Shell (7%). В продвижении моторных масел использовали, в основном, специализированные автомобильные издания, такие как, например: "За рулем", "Автомир", "Авторевю". Среди неавтомобильных наиболее востребованными изданиями были "Комсомольская правда (толстушка)", "Аргументы и Факты", Playboy, "Вокруг света" и т.д.

Радио. Марка Mannol также является лидером по инвестициям и на радио, ее доля составляет 23% всех рекламных инвестиций на этом медианосителе. Далее следуют марки ZIC (15%), Лукойл (9%) и т.д. Наибольшей популярностью пользовались следующие радиостанции: "Авторадио" - 30% радио-инвестиций, "Русское радио" - 28%, "Шансон" - 17%, "Европа плюс"

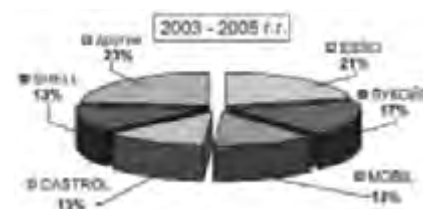


График 8. Распределение рекламных инвестиций марок на ТВ за исследуемый период.

- 13%. Спонсорство на радио использовалось мало - 9% выходов из общего числа выходов рекламы на радио. Чаще использовали спонсорство марки: U-TECH - 26% всех спонсорских выходов, Лукойл - 13%, Лукойл - 9%, Valvoline - 8% и т.д.

Наружная реклама. В качестве носителя наружной рекламы чаще всего использовались билборды - 66% выходов среди всех остальных наружных носителей, также активно использовался сити-формат на опорах городского освещения - 24% выходов.

Заключение

Итак, сделаем вывод: для того чтобы понимать текущую ситуацию на рынке, необходимо проанализировать ситуацию среди всех участников данного рынка (дистрибьюторов, торговых точек, потребителей; показатели марок и цены, уровень дистрибуции, знания, потребления и т.п.). Это и было сделано при подготовке репозиционирования TNK и последующим продвижением его в СМИ и в товаропродающей сети.

Андрей Крылов, консультант, старший партнер Living Eyes Consulting
Ирина Кулешова, специалист по маркетинговым исследованиям
e-mail: plast@yandex.ru
www.LivingEyes.ru

NESTE Oils

Динамика развития в Украине

Главный аргумент «за» использование смазочных материалов Neste Oils - качество, разумно соотносящееся с ценой - таково мнение компании «Агро-Союз», вот уже более 6 лет успешно представляющей марку на украинском рынке. О перспективах развития продукции Neste Oils нам удалось поговорить с руководителем департамента Смазочных материалов Николаем Демчуком.

- Учитывая специфику вашей компании, основным потребителем продукции Neste Oils должны быть сельскохозяйственные предприятия. Так ли это?

- Совершенно верно, основной наш потребитель - сельскохозяйственные предприятия, т.е., по большей части, мы реализуем масла для сельхозтехники. Однако все больше смазочных материалов покупают владельцы грузовой техники, заметны и увеличения продаж в легковой группе. Специфика компании «Агро-Союз» такова, что наши торговые точки расположены, как правило, в промышленных зонах, удобных, прежде всего, для сельхоз- и автотранспортных предприятий. Легковая же группа в основном предлагается на филиалах, в магазинах, работающих с нами СТО, торговых точках, доступных частным лицам.

- Какие масла вы предлагаете для легковой техники?

- Предлагаемый нами ассортиментный ряд вполне способен охватить как отечественную легковую, так и импортную технику. Причем в последнее время полусинтетические масла показывают лучшую динамику роста продаж, чем минеральные. К примеру, если раньше из дешевых минеральных масел самой продаваемой позицией было Neste Super 10W-40, то сегодня на первое место уже выходит полусинтетика Neste Premium 10W-40. Увеличился спрос и на синтетические масла. Так, достаточно хорошо начало расходиться полностью синтетическое моторное масло Neste City Pro 5W-40. То есть сегодня владельцы техники отдают предпочтение пусть даже дорогому продукту, но более высокого качества. И в основном это - полусинтетика и синтетика.

- Случалось ли, что, покупатели масел Neste Oils для грузовой техники, выбирали ту же марку для своего легкового автомобиля?

- У меня буквально недавно был такой случай в Днепропетровске на одной из заправок, где есть пункт замены масла. Когда я подъехал заправиться, то увидел, что возле пункта стоит Opel Astra, а рядом - канистра Neste City Pro 5W-40. Мне стало интересно, почему покупатель отдал предпочтение Neste Oils. Я подошел и начал расспрашивать: что это за масло,

где он его берет и т.д. Клиент начал рассказывать, причем информацией о масле владел неплохо. Рассказал, что покупает в «Агро-Союзе». Масла хорошего качества, да к тому же их больше никто в Украине не завозит. У него, оказалось, есть грузовые автомобили марки ЗиЛ. Раньше он заливал отечественные масла, но во время очередного капитального ремонта двигателя увидел, что тот достаточно зашлакован, на деталях нагар и т.п. Пришел в компанию «Агро-Союз» за запасными частями к двигателю, ему предложили попробовать и моторное масло Neste Turbo LXE 15W-40. Во время следующего ремонта заметил, что двигатель чистый, никакого нагара и отложений. После этого стал использовать масла Neste Oils и для своего легкового автомобиля.

- Естественно, что парк техники «Агро-Союз» также эксплуатируется на материалах Neste Oils. Можно пройтись по маркам?

- Начнем с легковых. В служебные ВАЗ 21093 заливают, как правило, масло Neste Super 10W-40. Его замена производится через 15 тыс. км пробега. Автомобили руководства, а это марки Mercedes, Audi, эксплуатируются на полностью синтетических маслах серии NESTE City Pro. Грузовой парк, который в основном представлен автомобилями DAF, КамАЗ и МАЗ, работает на минеральном Neste Turbo LXE 15W-40. На автомобилях DAF замена масла производится через 50 тыс. км. На автомобилях КамАЗ и МАЗ ранее его замена осуществлялась через 30 тыс. км. В конце прошлого года, по результатам испытаний в лаборатории химмотологического центра УГХТУ, было принято решение об увеличении сроков замены до 40 тыс. км.

Смазочные материалы Neste Oils также используются для всего нашего парка сельскохозяйственной техники, например, тракторов и комбайнов John Deere, Claas, Case и т.д.

- В вашей практике бывали случаи, когда какое-то предприятие использовало другую известную марку, а потом переходило на Neste Oils?

- Да, случается. К примеру, совсем недавно одно крупное одесское предприятие перешло на смазочные материалы Neste Oils.

- Трудно ли сегодня «завоевать» новых клиентов и какие аргументы вы используете для их привлечения?

- Сегодня любое предприятие, имеющее парк техники, использует смазочные материалы той или иной марки. Поэтому чтобы привлечь клиента, надо убедить его, что наши смазочные материалы лучше или предложить более выгодные условия. «Пересадить» клиента с одного масла на другое очень тяжело, особенно если он использует качественные материалы известных марок, например Mobil, Esso, Shell и др. Однако не у всех есть такие аргументы, как у нас. На что заказчик обращает в первую очередь внимание - это цена, качество и условия, которые ему предлагаются. По цене естественно, мы не поднимаемся выше известных торговых марок, хотя и по качеству не уступаем. Также приводим и тот аргумент, что кроме нас в Украину никто не завозит масла Neste Oils, а это - 100% защита от подделок. Вся продукция производится на единственном заводе в Хельсинки, а при изготовлении смазочных материалов преимущественно используются свои базовые масла, отсюда - высокое качество, стабильность свойств готовой продукции и т.д. Естественно, нами также предоставляется техническая поддержка, доставка продукции крупным заказчикам и мн. др.

- Насколько продажами охвачена территория Украины, и в каком регионе наблюдается наибольший объем продаж продукции Neste Oils?

- У нас есть филиалы во всех областях Украины - на сегодняшний день их насчитывается порядка 100. В разных регионах разное количество. Например, от двух в Волынской до восьми в Днепропетровской области.

Что касается объема продаж смазочных материалов, то пока лидируют Днепропетровский и Черкасский регионы. Днепропетровский - потому что мы изначально здесь начали продавать, больше всего рекламировали и раскручивали марку. Черкасский, наверное, потому что там очень активно работает персонал филиала. Эти филиалы неоднократно становились победителями конкурса, который ежегодно проводится среди наших менеджеров по продажам смазочных материалов (победители награждаются бесплатной двухдневной экскурсионной поездкой в Хельсинки, с посещением заводов Neste Oils). В этом году в конкурсе пока лидирует опять-таки Днепропетровск. На втором месте, как ни странно, Луцк, который показывает очень хорошую динамику по продвижению масел.

Беседовал Юрий Стороженко

Neste Oil. Достижения в маслах

Владелец единственного в Европе завода по производству базовых масел со сверхвысоким индексом вязкости ENVI и одного из четырех в мире по изготовлению полиальфаолефинов, член ассоциации европейских изготовителей смазочных материалов (ATIEL), участник работ по усовершенствованию двигателей и их техобслуживания (СЕС), собственный завод по производству и современная лаборатория по разработке и контролю смазочных материалов - такие главные аргументы можно привести в пользу финской компании Neste Oil.

Для производства моторного масла нужны две составляющие: базовые масла и присадки. Без сомнения, последние оказывают большое влияние на показатели смазочного материала, но какими бы высокотехнологичными они ни были, без хорошей базы качественный продукт получить сложно. Компания Neste Oil производством присадок не занимается, а закупает у фирм, которые специализируются на данных продуктах. Компания просто выдвигает свои требования и, исходя из того, присадки какого производителя им соответствуют, отдает свое предпочтение тому или иному поставщику. Что касается качества базы, то оно непрекращаемо.

Однако даже хорошие присадки и базовые масла - это еще не гарантия получения современного высококлассного смазочного материала. Нужно иметь необходимые средства и возможность исследовать продукцию, способствовать ее совершенствованию и приспосабливаться к повышающимся требованиям классификаций и автопроизводителей. Как уже упоминалось, Neste Oil тесно сотрудничает с такими организациями, как ATIEL и СЕС, которые в свою очередь входят в круг партнеров ассоциации европейских производителей автомобилей ACEA. Причем лаборатории компании Neste Oil входят в систему учреждений, в которых проводятся исследования и испытания образцов смазочных материалов. Естественно, в них установлено самое современное оборудование и производятся полномасштабные тестирования согласно установленным процедурам. Помимо этого, компания владеет огромнейшей базой данных требований автопроизводителей, а также одной из первых узнает об их ужесточении.

Чтобы смазочный материал пошел в производство, он проходит детальный анализ, тщательно оттачиваются все его показатели. И только когда разработчики масла убедятся в полном его соответствии необходимым требованиям, дают "зеленый свет". Так, например, одним из

наиболее удачных смазочных материалов компании Neste Oil являются моторные масла серии **Neste Turbo LXE**, предлагаемые сегодня в трех вариантах вязкости: 10W-30 (полусинтетическое), 10W-40 (синтетическое) и 15W-40 (минеральное). Некоторые их характеристики можно посмотреть в таблице 1. Данные масла подходят для дизельных двигателей грузовых автомобилей и спецтехники многих зарубежных марок, а также автомобилей производства стран СНГ (КамАЗ, Зил, МАЗ и т.д.). Сегодня наибольшей популярностью в Украине пользуется минералка Neste Turbo LXE 15W-40, соответствующая уровням качества по API - CI-4, CH-4, CG-4, CF-4/SL,

Показатели Вязкость	Индекс вязкости	Температура застывания, °C	Щелочное число (TBN), г КОН/г
10W-30	145	-39	10
10W-40	151	-42	10,5
15W-40	138	-36	10,5

ACEA - E7, E5/E3, B3/B4, A3. Имеет одобрения MB 228.3, MB 229.1, Volvo VDS-3, VDS-2, MAN M 3275, MACK EO-M Plus, Cummins 20.071/-2/-6/-7/-8, Global DHD-1, Renault R.V.I RLD (Reno Long Drain), Caterpillar EC-1, MTU Type 2, ZF TE-ML 07C/04C, Allison C4, Caterpillar TO-2.

Интересно, что для производства масла Neste Turbo LXE 10W-40 используются те же присадки, что и для 15W-40, поэтому производитель допускает их смешивание. Но все же лучше применять один продукт, что будет гарантировать полное соответствие заложенным изготовителем свойств. По уровням API и ACEA их характеристики одинаковы.

Полусинтетика Neste Turbo LXE 10W-30 имеет следующие показатели: API CI-4, CH-4, CG-4, CF-4; ACEA E7/E5/E3, B3/B4; Volvo VDS-2; MTU Type 2; Allison C4; Caterpillar TO-2; MACK EO-M Plus; Renault R.V.I. RLD; Cummins CES 20.071/-2/-6/-7/-8; MAN 3275; MB 228.3.

Новейшей разработкой в маслах для тяжелого транспорта компании Neste Oil сегодня

является полностью синтетическое Low SAPS масло для дизельных двигателей автомобилей MB и MAN, выполняющих требования Euro 4, - **Neste Turbo E6 10W-40** (ACEA E4/E6). Оно получило последние допуски MAN M 3477 и MB 228.51, а также MAN M 3277 CRT, MTU Type 3, MB 228.5 и RVI RXD. Обеспечивает возможность длительных диапазонов замены масла.

Из моторных масел для легковых автомобилей стабильным спросом в Украине пользуется минеральное **Neste Super 10W-40**, а также возрастает потребность в полусинтетике **Neste Premium 10W-40**, которые по API соответствуют классам SJ/CF. Это всепогодные масла для нормальных условий эксплуатации, поддерживающие двигатель в чистоте и надежно защищающие его от износа. Их часто используют владельцы иномарок, не требующих применения специальных масел, а так же владельцы отечественных автомобилей ВАЗ, ГАЗ, "Таврия" и др.

Для современных импортных автомобилей марок Volvo, Renault, Peugeot, Citroen и др. предлагается применение специального масла **Neste City Pro A5/B5 0W-30** (ACEA A5/B5; API SL/CF), Opel, Saab (Toyota, Mazda) - полностью синтети-

ческое **Neste City Pro LL 5W-30** (API SL/CF; ACEA A3, B3, B4; GM-LL-A-025, GM-LL-B-025), Ford - синтетическое **Neste City Standard 5W-30** (API SJ; ACEA A1, B1; ILSAC CF-2; Ford WSS-M2C 913-B, M2C 913-A, M2C 912-A1). Для легковых автомобилей Volkswagen, Audi, Seat, Skoda было выпущено и одобрено масло с удлиненными интервалами замены (LongLife Service группы WAG) **Neste City Pro W Long Life III 5W-30** (ACEA A3/B4), имеющее допуск VW 504/507. Оно специально применяется для автомобилей с фильтром твердых частиц, работа которого требует использования Low SAPS масла.

Естественно, эти масла можно использовать и в других марках автомобилей, но предварительно следует проконсультироваться со специалистами компании "Агро-Союз".

«Агро-Союз», официальный дистрибьютор
Neste Oil в Украине

г. Днепропетровск, тел.: (0562) 31-14-73
e-mail: dnv@agro.dp.ua, www.agrosoyuz.ua



Моторные масла

Технология VHVI – новые стандарты защиты двигателя



Производителем моторных масел ZIC VHVI является "Корпорация SK" – крупнейшая компания по производству топлива и смазочных материалов в Южной Корее, где ее доля рынка составляет 35%. Это гигантский промышленный комплекс, осуществляющий полный и безотходный цикл нефтепереработки. Корпорация выпускает широкий ассортимент продуктов нефтехимии – от парфюмерии до асфальта, а также различные виды топлива, смазок и другой продукции. Добыча нефти производится в арабских странах, на южно-американском шельфе – всего в 12 странах мира.

В области автомобильного транспорта "Корпорация SK" производит моторные масла для бензиновых, дизельных автомобильных двигателей, трансмиссионные масла и жидкости для автомобильных тормозных систем, масла и смазки судового назначения, индустриальные масла, жидкости для металлообработки, густые смазки и охлаждающие жидкости.

Высококачественные моторные масла ZIC VHVI разработаны на основе углубленных исследований их составляющих – базовых масел и присадок. Производитель владеет передовым методом производства базовых масел – технологией VHVI, которая является усовершенствованной технологией глубокого гидрокрекинга (очищение базового масла, вырабатываемого при высокой температуре и высоком давлении).

Базовые масла производства "Корпора-

ции SK" демонстрируют незначительные изменения вязкости при смене температур, поэтому все специальные свойства моторных масел ZIC VHVI остаются стабильными при любых рабочих температурах. Они практически не содержат примесей, что предотвращает окисление или потерю качества, вызываемые повышением температуры. В результате моторные масла ZIC VHVI требуют добавки минимального количества присадок, имеют устойчивую молекулярную структуру и увеличивают интервал замены. Они сохраняют свои свойства практически на весь срок службы, устанавливая новые стандарты защиты двигателя.

В настоящее время завод SK, выпускающий базовые масла по технологии VHVI, обладает большими производственными мощностями. Базовое масло ZIC VHVI активно закупается зарубежными производителями моторных масел как наиболее качественная основа для производства современных смазочных материалов. Таким образом, в 1998 году масло SK VHVI получило международное признание, заняв одно из ведущих мест на рынке базовых масел, что в 2000 году привело к созданию нового международного стандарта моторных масел ILSAC-III.

Высокое качество продукции ZIC VHVI также подтверждено сертификатами Американского института нефти (API) и Международного комитета по стандартизации смазочных материалов (ILSAC).

Ведущие мировые производители автомобильных двигателей Daimler Chrysler, Volkswagen, Ford, Caterpillar, Komatsu, Mercedes Benz одобрили ZIC VHVI к использованию в своей автомобильной технике, а корейская компания Hyundai уже давно использует моторные масла ZIC VHVI в качестве заводской заливки.

Все смазочные материалы ZIC сертифицированы. В 2004 году были сделаны новые важные шаги в этом направлении: в частности, были получены допуски "Авто-ВАЗа" и сертификат Ассоциации автомобильных инженеров России на масла серии ZIC A+ API SL. Работа в этих направлениях будет активно продолжаться.

В 2000 году производитель ZIC VHVI изменил дизайн упаковки смазочных материалов. Яркие цвета новых канистр наибо-

лее привлекательны для покупателя, а также для удобства маркетинговых операций на торговых точках. Металлическая упаковка надежно защищена от подделок несколькими степенями защиты, так что потребители масел ZIC могут быть спокойны за качество продукта. Все оригинальные символы международных сертификационных систем SIA, API, ACEA заслужено заняли свое место на упаковке моторных масел ZIC. Кроме того, на новую упаковку нанесена информация о соответствии смазочных материалов ZIC VHVI стандартам мировых производителей.

Бесспорно то, что все масла ZIC VHVI отвечают новейшим техническим требованиям, предъявляемым к моторным маслам ведущими производителями автомобильных двигателей США, Европы и Японии, и представляют передовой уровень мировой нефтехимии. Все это является важным фактором для автовладельцев и определяет их выбор в пользу моторных масел ZIC VHVI.

Официальный представитель

SK Corporation в Украине

тел.: (044) 492-30-80, 599-09-07

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

Дилеры

Винница	(0432) 218-662
Днепропетровск	(0562) 353-771 (056) 230-10-04
Донецк	(062) 385-68-88
Житомир	(0412) 427-924
Запорожье	(0612) 137-852
Кировоград	(0522) 301-679
Кременчуг	(0536) 792-456
Кривой Рог	(056) 404-10-67
Луганск	(0642) 589-435
Львов	(0322) 936-183
Луцк	(0332) 722-220
Николаев	(0512) 236-291
Одесса	(048) 787-06-66
Ровно	(03622) 71-1-90
Севастополь	(0692) 478-010
Симферополь	(0652) 248-643
Тернополь	(0352) 244-008
Харьков	(057) 315-20-93
Херсон	(0552) 531-163
Хмельницкий	(0382) 741-822
Черкассы	(0472) 633-704 (0472) 632-569

Автомобильная химия

Классификация

Любую продукцию, изготавливаемую для схожих целей, принято систематизировать. Это упрощает процесс работы продавца, да и покупателю так легче ориентироваться в ассортименте и заказывать необходимые наименования. Автомобильная химия - не исключение. Однако, подойдя вплотную к анализу украинского рынка автохимии, мы сделали вывод, что единой классификации этих продуктов, изложенной в учебниках и общепринятой для всех участников рынка, не существует. Таким об-

разом, прежде чем углубляться в обзоры отдельных сегментов и направлений, нами было принято решение провести собственную классификацию, которая в дальнейшем и будет положена в основу наших исследований.

В результате имеем четыре группы продуктов: автокосметика; клеи и герметики; добавки и присадки; сервисная автохимия. Для удобства представим их в виде схемы с примерами тех средств и продуктов, которые были отнесены нами к той или иной группе. По причинам, по-

нятым каждому, кто сталкивался с данной сферой, информацию приводим в усеченном виде. Продуктов автохимии чрезвычайно много (взять, к примеру, ассортимент LIQUI MOLY), и чтобы их перечислить, потребовалась бы не одна страница журнала, а увесистый каталог. Впрочем, это и не нужно. Главное - иметь представление о методике, а уже по аналогии, например, с указанными в схеме средствами, отнести тот или иной продукт к определенной категории не составит труда.

Автомобильная химия

Автокосметика

Моющие средства (автошампуни, составы для мытья стекол, двигателя и агрегатов и т.д.), чистящие составы (для кузова, дисков, резины, элементов салона, фрикционных деталей, универсальные очистители и т.п.), полирующие составы, защитные полироли, моющие и полирующие средства (салфетки, вата, рукавицы, губки, платки), освежители воздуха, препараты по уходу за руками и др.



Клеи и герметики

Составы для герметизации стыковочных поверхностей, заполнения зазоров, фиксации и герметизации резьбовых соединений, склеивания различных материалов (метал, дерево, ткань, пластмасса, кожа, резина), ремонта и герметизации стекол, специальные препараты для восстановления металлических поверхностей (высокотемпературные герметики, шпатлевки, позволяющие восстановить форму детали) и т.д.



Добавки и присадки

В масла. Одни призваны повлиять на смазывающий материал (вязкость, моющие, антиокислительные и др. свойства), другие - на рабочие поверхности деталей. Есть и герметизирующие составы. В топливо. Для улучшения характеристик топлива, эффективности его сгорания, очистки, удаления влаги из системы питания и т.д. В систему охлаждения. Одни необходимы для очистки системы, ее защиты от накипи, коррозии и т.д., другие - герметизирующие, для предотвращения течи жидкости.



Сервисная автохимия

Препараты для облегчения запуска двигателя, очистители топливных систем (средства для очистки карбюратора, систем впрыска бензиновых двигателей, дизельной техники и т.п.), антиобледенители, размораживатели, преобразователи ржавчины, жидкости в бачок омывателя и систему охлаждения, средства для устранения проколов шин, смазки для аккумуляторных клемм, жидкости для очистки кондиционеров, водоотталкивающие и проникающие составы и т.д.





Рынок автохимии Увидеть все!

Рынок - явление уникальное. Именно он является своеобразным индикатором состояния страны в целом и наиболее чутко реагирует на малейшие проявления нестабильности в какой бы то ни было сфере человеческой деятельности. Для сегодняшнего предпринимателя знание как минимум своего сегмента - насущная необходимость.

Журнал autoExpert достаточно регулярно занимается исследованием рынка automotive aftermarket в разных его проявлениях. Предметом изучения уже стали масла, рихтовочное, диагностическое, шиноремонтное и шиномонтажное оборудование. Но не единым оборудованием жив автосервис. А автомобиль тем более. В погоне за "исправностью" механизмов автовладелец часто забывают о "совсем неважном" (на первый взгляд) - технических жидкостях, автокосметике, присадках и т.д. А профессионалы не обращают внимания на то, к

чему уже успели привыкнуть - жидкие ключи, клеи, полироли, средства чистки механизмов... Собственно, речь идет о продукции автохимии.

Статистику относительно количества украинских компаний, которые на сегодняшний день занимаются производством, импортом, сбытом продукции данного вида, мы пока дать не можем (хотя над этим работаем). Первым же шагом на пути нашего исследования отечественного рынка автохимии стал опрос его представителей для выявления насущных проблем. Результаты опроса дают возможность ус-

ловно поделить "недоработки" рынка на такие категории:

- менталитет и предубеждения потребителей;
- "розничный" персонал (продавцы, мойщики);
- ценовое давление со стороны теневых сегментов;
- невнимание к проблемам официального бизнеса со стороны государства (чрезмерное налогообложение, "прозрачность" границы, сложность процедуры получения сертификатов).

С каждой из них периодически сталкиваются все. Но, как говорится, сколько людей - столько мнений. Поэтому провести градацию проблем по их важности не представляется возможным. Предоставим это право респондентам, высказывания которых приведены ниже.

В дальнейших материалах о рынке автохимии мы планируем более детальный срез по каждой группе проблем.

autoExpert

Валерий Билецкий, коммерческий директор «КАМИОН-ОИЛ»:

- Я не уверен, можно ли считать некоторые украинские производства якобы незамерзающих жидкостей в бачок омывателя или тормозной жидкости настоящим производством. Что касается импортных средств, то лишь немногие из них отличаются качеством. Как правило, в производство этого товара изначально закладывают отличие в качестве. Впрочем, ситуация аналогична в любой другой отрасли. Даже сравнивая товар одной марки, но произведенный для потребителей разных стран, можно найти существенные отличия.

Так что общая проблематика отрасли, на мой взгляд, - очень низкое качество импортируемых товаров данной группы. Тем более, что не существует обязательной сертификации автохимии, соответственно, завозиться может все, что угодно...

Еще одна проблема - "прозрачность" границы, что позволяет нашим конкурентам завозить продукцию неофициально. Очень много товара попадает сюда контрабандой. К тому же закрыть границу - задача, вполне отвечающая интересам страны. Сразу решается часть проблем с наполнением бюджета.

Другая часть проблемы - импортеры автомобилей, представляющие впоследствии не самое дешевое гарантийное обслуживание, заинтересованы в том, чтобы человек как

можно дольше обращался к ним. Они не рекомендуют использование средств современной автохимии, хотя ни один производитель автомобилей и не запрещает это делать. Автохимия призвана продлевать жизнь автомобиля.

Говоря о проблематике рынка в целом, нельзя не вспомнить о потребителях, так как именно они формируют спрос на ту или иную группу товаров. К сожалению, не каждый из них понимает, что значит слово "присадка". Это - проблема внутренней культуры и культуры человека, страны в целом. Еще одна особенность украинского покупателя - при покупке товара основным критерием зачастую является его стоимость. Без оглядки на качество. И это - тоже проблема. Для наглядности приведу простой пример. При выборе зубной пасты можно пойти по принципу "зубная паста, все равно какая, лишь бы она стоила 2 гривны". Другой вариант - "зубная паста должна чистить зубы", но тогда она будет стоить 25 грн. Если идти по первому пути, то мы никогда не сдвинемся с "мертвой точки". А если мы будем думать, в первую очередь, о качестве, то можно будет говорить о каком-то прогрессе. Точно так же с автохимией. Зальешь хорошее средство - автомобиль будет работать ближайшие 10 лет, плохое - умрет через 5. Но выбор всегда остается за потребителем.

Дмитрий Бухальцов, коммерческий директор «ВАМП»:

- Сегодня рынок автохимии динамично развивается. Положение дел в индустрии автомобильной химии напрямую зависит от тенденций развития автомобильного парка страны. Так, например, с увеличением количества новых автомобилей в Украине растет спрос и, соответственно, предложение в дорогом сегменте качественных масел и автохимии. Спрос на тормозные жидкости относительно стабилен. В отношении охлаждающих жидкостей компанией "ВАМП" ведутся разработки по созданию продукта, который не только обеспечивал бы защиту системы охлаждения, но и имел продленный срок эксплуатации.

Сегодня на рынке наблюдается большое количество продуктов сомнительного качества от непонятного произ-

водителя. Поэтому, чтобы обезопасить себя, потребитель всегда должен обращать внимание на этикетку, где обязательно указываются все данные о производителе. Там же помещаются данные о полученных сертификатах.

К сожалению, большинство потребителей при выборе продукта ориентируется в первую очередь на цену. Далее в необходимом ценовом сегменте выбирают наиболее качественный продукт. Если продукт часто меняется, определенную роль играет бренд, но его роль незначительна, если говорить о продуктах, которые приобретаются раз в 2-3 года.

Единственная проблема, с которой сталкивается не только наша компания, но и другие производители - удорожание сырья.

Рашид Мельничук, заместитель директора по сбыту «Велвана»:

- Для производителей товаров автохимии самый сложный и до сих пор не решенный вопрос - это вопрос так называемых производителей "дешевых" (некачественных) товаров и фальсификатов под известные торговые марки. Рядовой покупатель практически не может при покупке определить качественные характеристики товара кроме внешнего вида и отчасти запаха, чем и пользуются так называемые "бодяжники".

Для защиты от подделок и гарантии качества СП "Велвана" применяет следующие средства: фирменная тара, крышки и колпачки с логотипом СП "Велвана", технологические приемы производства, которые позволяют определить подлинность продукта. Потребитель хочет приобрести качественный товар, при этом затратить минимальные средства. И если цена на аналогичный товар, в зависимости от предприятий-изготовителей, (официальных пред-

приятий или "серых"), отличается в некоторых случаях на 50%, покупателю очень трудно объяснить эту разницу. Поэтому соотношение "цена-качество" выходит на передний план как для производителя, так и для покупателя.

По-прежнему в нашей стране сильно бюрократизирована процедура сертификации. К тому же свои продукты сертифицируют только крупные официальные предприятия, все нелегальные производители - "бодяжники" - не утруждают себя подобными проблемами и не несут никаких затрат на сертификацию. К примеру, стоимость сертификации одного продукта в этом году составляет примерно 1 800 грн., а есть еще затраты на ТУ (технические условия), санитарно-гигиеническое заключение и т.д. ТУ на один продукт сегодня стоит примерно 4 000 грн. Таким образом, легальные производители несут большие расходы, расширяя и сертифицируя свой ассортимент.

Андрей Косинский, коммерческий директор «Автостудия»:

- На сегодняшний день на рынке присутствуют всего несколько отечественных производителей продукции автохимии. Остальные, в лучшем случае, ее просто фасуют. С такими "производителями" мы не можем конкурировать по объему, чего не скажешь о качестве.

Что касается потребителей - приходится сталкиваться с недоверием к отечественному продукту, а на наших объемах это отражается непосредственно. Почему-то считается, что украинский производитель обязательно должен быть дешевым. Часто бывает так, что покупатель остается недоволен качеством работы из-за неправильного использования того или иного средства. Но все претензии при этом предъявляются к продукту. А виной всему - нежелание мойщиков учиться правильно использовать автокосметику.

С конкурентами складываются скорее партнерские отношения. Сильное ценовое давление приходится испытывать со стороны нелегально ввозимой продукции. Более низкую цену можно выдерживать какое-то время, когда выходишь на рынок, но это временное явление. Все равно ее потом приходится поднимать. Если же нет, то экономия, в основном, на качестве продукции, что абсолютно недопустимо.

На самом деле, выживать на рынке тяжело и с каждым годом становится все тяжелее. Но каждый товар имеет своего потребителя - у импортеров свой сегмент рынка, у отечественных производителей - свой... Как бы ни складывались отношения на рынке, уход за автомобилем нужно доверять профессионалам!

**Алексей Решетняк, коммерческий директор «Кировоградский райагроснаб»
(производитель продукции под торговой маркой «Химрезерв»):**

- Самая большая проблема - менталитет отечественного потребителя. Меня всегда удивляло явление сезонности. Не представляю, как "в сезон" можно заливать в автомобиль тосол, а в "не сезон" - что-то другое. Это - техническая жидкость, которая должна меняться по мере того, как проходит срок ее эксплуатации. Тем не менее к сожалению, сезонность по этой продукции мы чувствуем. Свою роль играет желание украинских потребителей экономить на всем. Оно приводит к пренебрежению техническими требованиями к обслуживанию автомобиля, и как следствие - собственной безопасности. Например, некоторые автовладельцы ездят практически все время на одной и той же тормозной жидкости, а это абсолютно недопусти-

мо. Украинский потребитель известен своей экономностью. Но если он требует от производителя дешевый продукт, он его получает. Еще одна проблема - недоверие к национальному продукту, а, точнее, непонимание того, что он может стоить достаточно дорого. Если мы выпустим тосол, такого же качества, как Shell, и наши продукты будут паритетны в цене, все равно купят продукцию Shell.

Огорчает наличие большого количества подделок на прилавках магазинов. Не факт, что в магазине или на рынке ты купишь оригинальное масло именно этого производителя. На упаковке может быть много этикеток, знаков, чего угодно. Но нельзя быть уверенным, что масло Castrol, Shell и "Жигулевское" не разлиты из одной бочки.

Андрей Пахомов, генеральный директор "Эй Джи Эй Украина»:

- Конечно, присутствует проблема грамотного ухода за автомобилем. Мы проводим очень активную рекламную политику с целью донести покупателю информацию о том, как правильно ухаживать за своим автомобилем, правильно использовать нашу продукцию и для чего она вообще предназначена. Мы рассказываем о том, что автохимия и автокосметика бывает разная. Например, нет универсального клея. Они предназначены для разных целей и склеиваемых поверхностей, поэтому применяются по-разному. Точно так же полироли. Не каждый знает, что одни полироли снимают тончайший слой краски, другие наоборот покрывают ее каким-либо защитным слоем.

Сегодня сервисмены, в основном, уже "продвинутые" пользователи. Теперь никто не станет бить по гайке, которая не откручивается, кувалдой. Для этого есть так называемые проникающие смазки "жидкий ключ", причем с различными дополнительными свойствами. Мы идем вперед, в ногу со временем.

Что касается конкуренции, то политика нашей компании направлена на решение своих вопросов без оглядки на кого бы то ни было. С отечественным производителем не конкурируем в силу того, что занимаем разные ценовые ниши. В Ук-

раине ничего не производим принципиально, потому что не можем быть уверены в том, что изначальное качество останется таким же через год и не появятся подделки.

Другая проблема - безграмотность розничных продавцов. Их главная задача - донести до покупателя, что у него есть выбор, а это главное. К сожалению, не все из них в силах с ней справиться.

Стоит вспомнить о проблеме ограниченной площади полок в местах продаж. Очень часто магазину приходится выбирать между продуктами, представляющими абсолютно разные направления автосервиса, которые должны стоять на виду.

Автохимия может помочь в какой-то ситуации, но это не всегда панацея. Например, потекло масло из-за "задубевших" сальников. В этом случае можно залить специальный состав, восстанавливающий их эластичность. На какой-то период времени проблема будет решена, но это не значит, что не придется обращаться в сервис.

С другой стороны, существует масса продуктов, облегчающих эксплуатацию и обслуживание автомобиля: промывки топливной и масляных систем, системы охлаждения, или например, антигель, предотвращающий замерзание дизтоплива зимой.

Владимир Монстович-Артемьев, руководитель департамента автохимии «Аспокем Украина»:

- На сегодняшний день существуют три ценовые категории антифризов и омывателей стекол. Не всегда качественные характеристики отвечают той цене, на которую претендует продукт. Товары высшей ценовой категории чаще всего обладают средним качеством, низкой - вполне отвечают своей стоимости. Я считаю, что наиболее качественные продукты находятся в средней ценовой категории. Именно они могут предложить оптимальное сочетание цены и качества. Но теперь редко покупают совершенно бездумно, ориентируясь исключительно на стоимость товара. Не последнее место в этом списке занимает известность бренда.

Стоит говорить и о проблеме демпинга со стороны продукции, которая завозится беспощинно или с помощью манипуляций с налогами. Проблема "серого" бизнеса

очень актуальна на сегодняшний день. Но чтобы решить эту проблему, предварительно стоит окончательно упорядочить официальный бизнес, который еще не до конца отвечает званию "цивилизованный".

Есть проблема персонала, который взаимодействует непосредственно с конечным потребителем. Например, на мойке на качество работы зачастую не обращают внимания. Тут главным фактором является скорость выполнения заказа. Спасает то, что клиенты сейчас предпочитают наблюдать за всем, что происходит с их автомобилем на мойке, сервисе и т.д.

Проблема, общая для всех производителей, - нехватка сырья в сезон. Но это их внутренняя проблема, влияния на которую дистрибьюторы не имеют.

Яна Коваленко, руководитель отдела маркетинга «Вальцер»:

- На данный момент одной из региональных особенностей Украины является отсутствие культуры ухода за автомобилем. Причем источники этой проблемы - как поставщики и производители автокосметики, так и потребители (автомойщики, владельцы автомобилей).

Поставщики не уделяют должного внимания сопроводительной информации (этикеткам и др.) к поставляемой продукции. Такое ощущение, что качественных этикеток просто нет. Зайдите в любой супермаркет, обратите внимание на то, что представлено на полках. На импортируемой автокосметике информация о средстве нередко подается только на небольших стикерах в явно недостаточном объеме. А отечественные производители также не ставят перед собой задачу предоставить полную информацию о том, как правильно использовать средство, чтобы добиться нужного результата. Естественно, потребитель, приобретающий такое средство, уже ограничен в информации. Он не знает, как правильно применить этот продукт.

Например, трудно найти на этикетках информацию о том, как правильно использовать полироль для пластика. Наносить непосредственно на панель? Или на салфетку? Не каждый вообще знает, что есть специальные губки для полировки пластиковых деталей, на которые и нужно наносить средство, а потом уже натирать тарпедо и др. Не получив достаточной информации, потребитель неправильно использует средство и, естественно, результат его не удовлетворяет. Причину он видит не в своих действиях, а в неудовлетворительном качестве продукта. Впрочем, и сами потребители не всегда обращают внимание на всю изложенную информацию.

Если проанализировать ситуацию с потребителями профессиональной автокосметики, которым по роду деятельности необходимо знать все тонкости правильного использования средств, отслеживается подобная тенденция. Но отсутствие культуры ухода у обслуживающего персонала автомоек имеет более тяжелые последствия.

Негативные отзывы о качестве используемой ими продукции в большинстве случаев не имеют под собой никаких оснований. Главное - в точности следовать рекомендациям по использованию какого-либо средства. Например, при мытье автомобиля на автомойке обычно используется активная пена, которая является сложной композицией химических компонентов. Ее неправильное применение (передерживание на ЛКП и др.) влияет не только на внешний вид автомобиля, но и может привести к негативному воздействию на хромированные и никелированные покрытия авто. При этом грамотное использование качественной автокосметики обеспечит великолепный результат и множество "преданных" клиентов автомойке.

Все рекламные компании TM WALZER, в первую очередь, - это попытки донести до наших клиентов (автомоек и владельцев автомобилей) информацию о каждом продукте автокосметики и о том, как его правильно использовать. Именно с этой целью представители компании "Вальцер" проводят демонстрации качественного использования автокосметики, консультанты посещают мойки, создается подробная техническая информация. Делается все необходимое, чтобы обеспечить чистоту автомобиля без лишних затрат финансов, времени и сил.

Как уже было сказано, мы только начинаем доскональное изучение рынка автохимии, но в дальнейшем планируем развивать и упорядочивать свое начинание. Надеемся, этот и последующие материалы помогут вам по-новому взглянуть на свою отрасль!



Руководитель департамента автохимии

ООО «Аспокем Украина» Владимир Монстович-Артемьев:

«Мне бы хотелось видеть больше качественной автохимии»

ООО «Аспокем Украина» - дочернее предприятие финской компании Aspokem Oy концерна Aspo, одного из крупнейших производителей и дистрибьюторов химических продуктов в Финляндии. На отечественном рынке компания действует уже больше двух лет. Немного? Это с какой стороны посмотреть. Если подсчитывать исключительно «календарно» - да, не такой уж большой срок. А если взглянуть с позиции достижений?.. В любом случае, этого времени вполне достаточно, чтобы сформировать собственное видение рынка, его проблем и своего места на нем. Мнение компании озвучил руководитель департамента автохимии Владимир Монстович-Артемьев.

Бизнес

- Хорошо известно, что едва ли не главным критерием при выборе товара для покупателя является его стоимость. Какую ценовую нишу занимает продукция компании Aspokem?

- Мы представляем среднюю ценовую категорию, которая предлагает оптимальное сочетание цены и качества. Такие характеристики делают продукт привлекательным и доступным для широкого круга потребителей. Что касается остальных категорий, то это - либо продукты с высокой ценой и средним уровнем качества, либо дешевый местный продукт, который выпускается в Украине или импортируется из России. Сочетание достаточно низкой цены и такого же качества делает его популярным у определенной части потребителей. Но нередки случаи, когда люди отказываются от таких продуктов и переходят к нам.

- Как складываются отношения с компаниями, представленными в вашем ценовом сегменте рынка?

- Их всего несколько в данном сегменте, и с конкурентами у нас отличные отношения. К тому же мы нашли свою нишу. Основательно работаем с этим продуктом на рынке Украины только год, но уже приблизились к 5% рынка, что, на мой взгляд, - отличный результат.

- А что касается ценовой конкуренции?

- Мы все пришли на рынок зарабатывать, поэтому конкуренция с помощью ценовых войн не имеет смысла. Раньше были случаи, когда продукцию «сливали» даже в «минус». Например, у дистрибьютора в марте на складе остается 40 тонн ненужного товара. Что делать? «Сливать»... Но сейчас уже «сливают» максимум в «ноль» со всеми затратами, окупая зарплату, транспорт, склад, рекламу.

Сейчас все хотят стабильного дохода, а тогда гнались за разовой выгодой, каждый хотел «сорвать куш». В наше время деньги вкладывают в рекламу, в продвижение продукта, во все, что позволяет продавать по-честному. Рынок приобретает более цивилизованное лицо, насыщается качественным продуктом.



- Опишите, пожалуйста, вашу сбытовую структуру. Как осваиваются новые рынки?

- На сегодня трудно однозначно определить круг потребителей, который сложился у продукции Aspokem, однако он достаточно широк и разнообразен. Каналы сбыта «Аспокем Украина» - это и поставки автопроизводителям (ЗАЗ, концерн «Богдан»), и продажи на автозаправочных комплексах (ТНК, «Золотой Гепард», «Авиас»...). В Украине организована дистрибьюторская сеть, которая непосредственно снабжает продукцией розничных продавцов. Мы же - торгующее представительство компании Aspo Chemicals в Украине.

Расширение дистрибьюторской сети - задача непосредственно представительства, а расширение рынков сбыта (будь то автопроизводители или автозаправки) - это наша общая задача с дистрибьюторами. Мы совместно проводим рекламные акции, семинары, встречи с конечными потребителями. Недавно заключили договор с крупнейшей розничной сетью Украины «Олимп» и планируем провести семинар, на котором будут присутствовать продавцы из всех регионов Украины. Будем рассказывать о продукте и правилах его применения.

- Какие проблемы в связи со сбытом и конкурентной средой вы почувствовали на собственном опыте?

- Существует проблема ценового давления со стороны «серого» импорта. Те продукты, которые завозятся сюда беспошлинно или с очень низкой пошлиной, создают серьезную конкуренцию. Как правило, идет выброс нескольких сотен тонн продукции, которые не могут удовлетворить запросы рынка и при этом просто мешают работать. Вопрос цены - это проблема, несмотря на то, что мы имеем четкую ценовую политику.

Были попытки легально действующих компаний вытеснить «серый» продукт из тех сетей, в которых мы присутствуем. Но это сложно... Предположим, стоит на полке хороший продукт, а цена низкая. Почему бы его не купить? Пока бизнес не приобретет цивилизованные формы, не думаю, что мы или кто-то другой сможет что-то изменить.

Концерн Aspo был основан в 1929 году. Основные направления деятельности Aspoket - промышленная химия, автохимия и сырье для производства пластиков. Aspoket является одним из ведущих производителей автохимии в Финляндии и в странах Балтии, занимается продвижением таких торговых марок, как Polar, Zero. В ассортименте - жидкости для мойки стекол, тормозные жидкости DOT-4, DOT-5.1, антифризы, тосол, автокосметика (средство для удаления асфальтовых пятен, для замачивания-мойки транспортных средств, для мытья двигателя, автошампунь, зимние добавки в топливо) и др. На сегодняшний день его подразделения действуют на территории России, Эстонии, Латвии, Литвы, Украины и Белоруссии. ООО «Аспокет Украина» - дочернее предприятие финской компании Aspoket концерна Aspo. «Аспокет» предлагает продукцию широко известных производителей химического сырья и полимеров, в числе которых такие компании, как ExxonMobil Chemical, BP Chemicals, INEOS, Lyondell Chemicals Europe и др.

- Что значит "правильный" бизнес?

- На 100% официальный. Когда никто не занижает стоимость, не пытается пройти таможенную "за 5 рублей". Да, налоги очень высокие. Даже 6,5% пошлины на антифриз - это много при том количестве продукта, который присутствует на рынке Украины. Да, НДС... Но это - проблема государства. Когда мы наведем порядок в легальном бизнесе, "серый" исчезнет сам по себе. Есть сложившаяся цена продукта на рынке, и если все будут ее держать, поверьте, другие не придут. Это даже не проблемы "белого" и "серого" бизнеса, это - ментальность нашей торговли. Побольше заработать, думая не о будущем, а только о сиюминутной выгоде... Когда уйдет такой подход к делу, уйдет и "серый" бизнес.

Потребители

- На какого потребителя ориентирована ваша продукция?

- В основном, на владельцев иномарок. Наш продукт достаточно высокого качества, есть соответствия стандартам, как в LongLife продукте (VW G-12) так и Standard BS 6580. Человек, имеющий 5-6-летний Opel, вряд ли будет заливать "Тосол" российского производства. Скорее он отдаст предпочтение антифризу с действительно качественными присадками. Но я не могу сказать, что у владельцев "Жигулей" или "девяток" наша продукция не пользуется спросом.

- Чем руководствуются владельцы не самых дорогих автомобилей при выборе вашей продукции?

- Корпоративная ценовая политика такова, что нашим клиентом может стать почти любой. К примеру, антифриз меняют либо раз в два года, либо раз в пять лет. Потратить немного больше раз в пять лет означает сэкономить на сервисе, так как наш продукт представляет настоящее финское качество и может гарантировать безопасность механизмов автомобиля.

- Вы получаете отзывы о своей продукции от конечных потребителей?

- Взаимодействие с конечным потребителем - прерогатива наших дистрибьюторов. На любое недовольство они реагируют очень серьезно. Впрочем, пока все отзывы положительные, а негативную реакцию могло вызвать только состояние упаковки, что никак не связано с вопросами качества продукта, а зависит от условий его транспортировки.

Сырье

- Для многих производителей одной из наиболее существенных проблем является организация регулярных поставок однородного по качеству сырья. Перебои с сырьем означают нерегулярное поступление товара в дистрибьюторскую сеть и сложности с продвижением такого продукта. Как с этой проблемой справляется Aspo Chemicals?

- Проблемы с нехваткой сырья бывают в сезон абсолютно у всех производителей, и я бы покривил душой, если бы сказал, что у Aspo Chemicals их в принципе нет. Дело в том, что основа антифриза - моноэтиленгликоль (МЭГ), который производит не так много стран. В

частности, Россия, Китай, Корея, несколько других азиатских стран. Нехватка сырья обусловлена тем, что на сегодняшний день основная масса МЭГ используется для производства текстиля, полиэтилена, полипропилена. Автохимия в этом списке стоит на последнем месте.

- Какова география вашего сырья?

- Происхождение нашего сырья определяется его качеством. Если оно не обладает необходимыми качественными характеристиками, независимо от того, где закупается, мы переходим на более качественного поставщика. Если сбоев в качестве нет, то сотрудничество будет продолжаться. Например, спирт для омывателей стекол мы очень давно получаем из Бразилии и пока всем довольны. Но на сегодняшний день его цена не совсем приемлема, соответственно, мы пытаемся перейти на более дешевый вариант. Моноэтиленгликоль получаем как из Азии, так и из России.

- Украинские производители работают, в принципе, на том же русском сырье и не факт, что качество сырья, поставляемого вам и украинскому производителю, разное. Что, в таком случае, отличает вашу продукцию?

- Наше преимущество - присадки, которые входят в состав антифриза. Если это антифриз LongLife, который служит 5 лет, то присадка одного типа. Если это Standard, который служит 2 года, - присадка совершенно другого типа. Для удобства потребителей упаковки антифризов окрашены в разные цвета. И вот тут возникает еще одна проблема. Часто покупатели выбирают антифриз только по цвету упаковки, и они привыкли, что в красном цвете обычно продают LongLife. Но это не всегда так. В конце концов, антифриз можно покрасить в любой цвет. Нужно читать, что написано на упаковке.

- В заключение хотелось бы услышать ваши пожелания относительно конкуренции, потребителей, рынка в целом.

- Удивляет тот факт, что количество автомобилей стремительно растет, а рынок автохимии не увеличивается. Очень мало качественных западных и российских качественных марок пытаются зайти на рынок Украины. Почему - непонятно. Да, для того чтобы хорошо продавать, нужно уметь продвигать продукт, но это не причина. Мне бы хотелось видеть больше конкурентов. А с теми, которые уже присутствуют, хотелось бы чаще встречаться. Рынок в целом хотелось бы упорядочить, бизнес видеть официальным и правильным, чтобы люди знали, что покупают и были уверены в качестве.

Беселова Татьяна Краснова





Подготовка к «Зимовке»



Львиная доля работ по подготовке автомобиля к осенне-зимнему сезону связана с использованием специальных жидкостей, призванных обеспечить надежность и безопасность эксплуатации автомобиля при низких температурах. Для этой цели отечественный производитель автомобильной химии, компания «BAMP», предлагает свои продукты, многие из которых используют сервисные пункты, транспортные организации, а также автовладельцы не только Украины, но и ряда стран зарубежья.

Внимание двигателю

Надежность работы и сохранность двигателя является одной из основных задач. Поэтому во время подготовки автомобиля к осенне-зимнему сезону внимание следует уделить системе охлаждения. Естественно, что первым делом нужно проверить ее герметичность. При выявлении потеков - устранить причины их появления. Далее сосредотачиваем внимание на охлаждающей жидкости. Если летом проводилась доливка воды или часто перегревался двигатель, желательно заменить жидкость новой. При длительной эксплуатации автомобиля не помешает промыть систему при помощи специальных средств, которых сегодня на рынке предостаточно.

Практика показывает, что не все автовладельцы обращают внимание на сроки замены охлаждающей жидкости, а некоторые производят заливку новой только во время ремонта двигателя. Однако при работе постепенно увеличивается склонность жидкости к пенообразованию, уменьшается тепло-

отдача, повышается агрессивность к деталям системы охлаждения и т.д., что негативно сказывается не только на «поведении» двигателя, но и может привести к посещению ремонтной мастерской. Сегодня на рынке часто встречаются жидкости (как правило, зарубежного производства), сроки замены которых для легковых автомобилей составляют 5 лет. Однако внимание следует обращать не только на этот показатель, но и на пробег, при котором рекомендуется заменить жидкость (обычно 250 тыс. км). Таким образом, например, при годовом пробеге 60-70 тыс. км, заменить охлаждающую жидкость нужно будет не через 5 лет, а через 3,5-4 года. К тому же нужно учесть, что свое влияние на ресурс антифриза оказывает нарушение герметичности системы (например, отработавшие газы или топливо приводят к интенсивному старению жидкости), частый перегрев двигателя (при котором возможно разрушение присадок) и т.д. Поэтому в ряде случаев срок замены охлажда-

ющей жидкости, независимо от рекомендаций производителя, необходимо сокращать.

Следующая дилемма: какой марке и антифризу отдать предпочтение? Благо, сегодня проблемы выбора, как таковой, не существует, поскольку на рынке представлено множество марок продукции, причем как отечественными предприятиями, так и представителями зарубежных компаний. В чем-то нарекать на продукцию тех или иных мы не станем, а предоставим некоторую информацию относительно предлагаемых предприятием «BAMP» продуктов и преимущества работы с ними.

Во-первых, это цена. В ценовой политике компанией соблюдается лояльность ко всем группам клиентов. Исходя из этого, а также ширины ассортимента, потребитель с легкостью может подобрать охлаждающую жидкость по наиболее оптимальному соотношению цены и качества. Если возникнут какие-то сложности, квалифицированный персонал предприятия «BAMP» с радостью предоставит всю информацию и расскажет о применении продукции. Что касается «качества», все сырье проходит жесткий входной контроль. Он начинается еще при поступлении компонентов на завод и заканчивается 100% контролем всей произведенной продукции. Для контроля показателей составляющих и изготовленных жидкостей в распоряжении предприятия собственная лаборатория, некоторые образцы оборудования которой представлены в Украине в единственном экземпляре. Заметим, что лаборатория разделена на несколько участков, в которых проходит разработка и исследования охлаждающих жидкостей и другой продукции, выпускаемой предприятием (смазочные материалы, тормозные, стеклоомывающие жидкости, размораживатели стекол, автошампуни и др.). На заводе установлено производственное оборудование, позволяющее добиться четких дозировок компонентов в жидкостях, а также установки по получению требуемых составляющих для производства продукции (например, установка по сверхтонкой очистке воды, оборудование по производству тары и т.п.). Все это гарантирует качественные и высокие рабочие показатели изготавливаемых товаров.

Именно такое серьезное и скрупулезное отношение к производству автомобильной химии позволило компании «BAMP» получить допуск на лицензионное производство элитной линии охлаждающих жидкостей всемирно известного немецкого концерна BASF AG марки Glyscantin. Продукция данной марки со-

ответствует жестким стандартам, одобрена и находит применение в самой современной технике (легковой, грузовой, сельскохозяйственной) ведущих зарубежных производителей: AUDI, Ford, BMW, DaimlerChrysler, Opel/General Motors, Porsche, Saab, Seat, Skoda, VW, MAN, MTU, John Deere и др.

Но это только малая часть того ассортимента охлаждающих жидкостей, который предлагает производитель. На сегодняшний день линейка представлена широчайшим рядом продукции, которая перекрывает практически весь парк техники Украины, как отечественного, так и зарубежного производства (марки Glyscol, "BAMП", Sobol, "Полюс", при изготовлении которых используются компоненты ведущих компаний-разработчиков компонентов, в частности BASF, Bayer и др., а также собственные ноу-хау.).

Помимо охлаждающей жидкости, следует уделить внимание и моторному маслу. Естественно, замена масла зависит от пробега автомобиля и, в среднем, выполняется раз в полгода. Почему же его не поменять при подготовке автомобиля к зимнему периоду? Особенно браться в внимание низкотемпературные показатели прошлого сезона. К примеру, оптимальным вариантом может послужить использование всесезонного полусинтетического моторного масла "BAMП" Ultra 10W-40, которое по классификации API соответствует уровню качества SJ/CF. Оно вполне подойдет переднеприводным ВАЗам или иномаркам 90-х годов выпуска. Если говорить о минеральных маслах, то можно порекомендовать такие продукты BAMП как Diesel Turbo 15W-40, Extra 15W-40, Super 15W-40, Super 20W-50.

Аккумулятор в норме?

Усугубляет положение АКБ зимой падение емкости при низких температурах. К тому же повышается и энергопотребление: на обогреватель заднего стекла, подогрев сидений, печку и т.д. Основная же нагрузка на аккумуляторную батарею приходится во время запуска двигателя, когда требуется высокий стартерный ток. Поэтому, дабы не мерзнуть на холоде и тратить время на тщетные попытки придать подвижности автомобилю, лучше провести обслуживание АКБ.

Если аккумулятор сравнительно новый (1-2 года), достаточно очистить и смазать клеммы, в обслуживаемых АКБ - проверить уровень электролита (возможно, во время летней эксплуатации уровень понизился из-за выкипания воды) и полностью зарядить его. Старую АКБ, отслужившую свой срок или не способную достичь номинальной зарядки, лучше заменить.

Для заполнения новых свинцовых аккумуляторов, в которых предусмотрена возможность заливки жидкости, компания "BAMП" выпускает электролит, для приготовления которого используются только высокоочищенные ингредиенты (H_2O и H_2SO_4). Для поддержания плотности электролита и доводки его уровня в АКБ до требуемой величины (10-15 мм над уровнем пластин) пред-

лагается специально подготовленная, прошедшая несколько циклов очистки, вода, которая также используется для разбавления концентратов охлаждающей и стеклоомывающей жидкостей и в быту.

Берегите кузов

Независимо от того, будет эксплуатироваться автомобиль зимой или нет, необходимо предпринять меры по антикоррозионной защите кузова. Так, для консервации скрытых полостей, а также для временной защиты от коррозии низа кузова и арок колес компанией предлагается "Мовиль-2М". Он представляет собой композицию на основе полимерных смол с добавлением целевых добавок и растворителей. Консервант позволяет уберечь автомобиль от пагубного действия коррозии, тем самым, продлевая срок его службы. Наносить средство следует при температуре, не ниже +10°C.



Если же на кузове уже видны очаги коррозии, то справиться с ними поможет эффективное средство - преобразователь ржавчины "Антикор-Супер". Он представляет собой жидкость коричневого цвета (со взвесью), изготовленную на основе ортофосфорной кислоты со специальными добавками. Средство не огнеопасно и предназначено для химической очистки и обработки ржавых металлических изделий (из стали, чугуна и пр.) с одновременным фосфатированием и обезжириванием поверхности, а также для обработки окалины на сварных швах перед нанесением лакокрасочных покрытий. Его применение увеличивает долговечность лакокрасочного покрытия на 50% за счет улучшения адгезии покрытия с металлом и прекращения коррозионных процессов под ним. Применяется для ингибирования процесса коррозии на различных поверхностях при толщине слоя ржавчины до 80 мкм. Расход преобразователя составляет 100-120 г/м².

Позаботимся о стеклах

Для комфортного, а самое главное, безопасного вождения должна быть хорошая обзорность, следовательно, стекла нужно содержать в чистоте. Для эксплуатации автомобиля зимой в бачок омывателя необходимо заливать только морозостойкую жидкость,

температура кристаллизации которой должна быть ниже, чем максимально достигаемая в регионе. Данная жидкость также должна обладать хорошими моющими показателями для быстрого смывания грязи с поверхности стекла, обеспечивать чистоту и работоспособность системы, быть инертной к различным материалам. Еще одно, для многих водителей весьма значимое, свойство стеклоомывающей жидкости - отсутствие резкого запаха спирта. Важно также, какой спирт применяют для приготовления средства. В основном сегодня используется этиловый и изопропиловый спирт. Категорически, в случае выявления, следует отказаться от вредных для здоровья метанолсодержащих жидкостей, производство которых сегодня запрещено.

Все производимые компанией "BAMП" зимние жидкости для омывателя стекол марок "BAMП", Sobol и "Полюс" изготавливаются на основе этилового спирта со специально подобранным пакетом присадок. Они не оказывают отрицательного воздействия на лакокрасочное покрытие автомобиля, нейтральны к пластмассовым и хромированным деталям, не вызывают набухания резины, из которой изготавливаются уплотнители и щетки ветрового стекла, а также затвердевания полихлорвиниловых трубок, ведущих к форсункам распылителя. Для производства жидкостей используется только высокоочищенная вода, в которой отсутствуют примеси, ухудшающие работу стеклоомывателей, создавая разного рода отложения на внутренних стенках трубопроводов системы и забивая форсунки. Жидкости обладают хорошими моющими свойствами для быстрого смывания маслянистых отложений, сажи, копоти и т.д. без излишнего пенообразования, радужных пленок, налетов и разводов. Безопасность данных жидкостей подтверждается тем, что их можно применять в быту для мытья оконных и витринных стекол, керамики и т.п.

Еще один иногда крайне необходимый продукт из серии зимней автохимии - размораживатель стекол "BAMП". Он предлагается в виде концентрата и предназначен для очистки стекол автомобиля от намерзшего льда, для размораживания замков, удаления льда с примерзших дверей и багажника автомобиля вручную. Обладает высокой проникающей и размораживающей способностью, что продемонстрировали тесты, показавшие эффективное размораживание льда толщиной до 5 мм. Концентрат фасуется в тару (с распылительной головкой) объемом 750 мл. Достаточно экономичен.

Более подробную информацию о характеристиках продукции, ее применяемости и полном производственном ассортименте можно узнать на сайте www.vamp.ua или позвонив в офис компании "BAMП".

«BAMП»

г. Черкассы, ул. Энгельса, 118
тел.: (0472) 64-00-80, 64-04-90
e-mail: office@vamp.ua, www.vamp.ua

Ремонт с Done Deal Быстро и надежно

Многие специалисты по старинке норовят привинтить деталь или поставить прокладку там, где уже давно во всем мире используют более современные методы ремонта - «сажают» на клей или герметик. Новая линия препаратов марки Done Deal увеличит число сторонников таких цивилизованных методов ремонта, так как эти составы способны решать многие проблемы очень быстро, просто, а главное - эффективно.

Еще совсем недавно клеи и герметики находили лишь ограниченное применение, но сегодня использование подобных препаратов - это один из прогрессивных способов соединения деталей друг с другом в ряду прочих, среди которых, конечно же, резьбовые соединения, сварка, пайка и клепка. Но чем же все-таки объясняется растущая популярность клеев и герметиков? Оказывается, их использование имеет целый ряд преимуществ:

- полимерным материалам свойственна универсальность, то есть способность эффективно и надежно соединять разнообразные по структуре и свойствам материалы;
- ремонт с использованием клеев и герметиков дает возможность восстанавливать изделия весьма сложной формы, для которых другие способы восстановления непригодны;
- прочность восстановленных с помощью

клеев и герметиков изделий зачастую выше, чем при ремонте другими методами при более низкой стоимости;

- герметики и клеи более равномерно передают напряжения между соединяемыми элементами с минимальной их концентрацией;
- полимерные материалы обеспечивают защиту разнородных соединяемых материалов от электролитической коррозии, воздействия влаги и агрессивных сред;
- отверждение составов часто подразумевает условия с комнатной температурой (эти составы отмечаются аббревиатурой RTV), что обеспечивает безопасность ремонта и не требует специальных сложных подготовительных работ;
- большинство композиций соответствуют требованиям стандартов OEM (Original Equipment Manufacturer) - изготовителей автомобильной техники....

Компания Done Deal Adhesives Lab, Inc. успешно работает в области разработки и производства высокотехнологичных адгезивов. Done Deal выпускает широкую гамму современных средств для склейки, герметизации, ремонта и восстановления разнообразных деталей и узлов автомобилей. И если для некоторых, хорошо зарекомендовавших себя на рынке, популярных составов компания использует классические формулы, то в большинстве случаев ее новые препараты представляют собой уникальные разработки, существенно превышающие аналоги по своим рабочим параметрам и характеристикам. Это и суперклей для "замасленных поверхностей", и супершпатлевка, не пачкающая руки и работающая при температуре до 315°C, и полимерные ремонтные ленты, выдерживающие температуру до

DoneDeal
ADHESIVES LAB

+260°C и давление до 35 атм. и т.д.

Продукция компании Done Deal отличается широким ассортиментом, высокими потребительскими свойствами и удобством использования. Главной особенностью Done Deal Adhesives Lab, Inc. является ориентация на производство составов, максимально адаптированных для удовлетворения потребностей как профессионалов автобизнеса, так и автолюбителей. Безусловно, что большинство композиций Done Deal могут быть успешно использованы не только при обслуживании автотехники, но и в быту.

Появление на украинском рынке нового имени Done Deal - явление закономерное, ведь, как известно, спрос рождает предложение, а спрос на высококачественный товар - тем более. Несомненно, что с помощью Done Deal как специалистами, так и автолюбителями наверняка найдут простые и эффективные решения многочисленных проблем, связанных с ремонтом и обслуживанием автомобиля. После этого в мастерских и гаражах привычному инструменту и традиционным прокладкам придется изрядно потесниться, уступая на полках место более прогрессивным и экономичным средствам - клеям и герметикам.

Приобрести клеящие составы можно у дилеров компании «АГА Украина» по всей стране или через Интернет-магазин WWW.AGA.UA. Дополнительную информацию можно получить по телефонам: **(044) 463-63-91, 494-09-29**



«ТехноВед» начал поставки инструментальной линии «Автоспец»

Компания "ТехноВед", поставщик инструмента на территории Украины, России и стран СНГ, расширила ассортимент инструментом "Автоспец" российского производства для обслуживания автомобилей. По словам многих владельцев автомагазинов, расширив ассортимент инструментом линии "Автоспец", они смогли значительно увеличить объемы продаж за счет дополнительного привлечения клиентов, которые знают этот инструмент еще с советских времен. Номенклатура инструмента, представленная более чем 5000 позиций, позволяет удовлетворить потребности как специализированных предприятий, так и автолюбителя. Выполняются заказы по дефицитным и редко встречающимся позициям, включая специнструмент для легковых и грузовых автомобилей. Компания предоставляет фирменные рекламные стенды и выставочные образцы инструмента. Доставка товара осуществляется в любой регион Украины.

ООО «ТехноВед», г. Киев, б-р И. Лепсе, 79, тел.: (044) 404-90-49
e-mail: info@avtospec.com.ua

Аппарат для очистки топливных систем Wynn's

Компания "Автопромимпекс" в своем ассортименте представляет аппарат Wynn's по очистке топливных систем как легковых, так и грузовых автомобилей. Плавная регулировка давления от 0 до 11 бар позволяет использовать со всеми типами систем топлива. Аппарат включает универсальный комплект адаптеров с быстрыми разъемами. Подключается к любым системам впрыска дизельных, бензиновых (в т.ч. и карбюраторных) двигателей. Работает от аккумулятора автомобиля (12 В). Время очистки выбирается от 1 до 99 минут. По завершении процесса очистки, аппарат отключается автоматически.

Более детальную информацию о продукции можно получить в компании "Автопромимпекс".

«Автопромимпекс», г. Киев, ул. Молодогвардейская, 7Б
тел.: (044) 245-77-58, 494-27-43, (067) 395-71-14
e-mail: apimpex@i.com.ua, www.autopromimpex.com

«РОСМА» получила сертификат ISO

Компания "РОСМА" сертифицировала производство стендов для рихтовки по стандарту ISO 9001:2000. Сертификатом удостоверяется, что система менеджмента качества в отношении проектирования, производства, пуско-наладки и обслуживания в процессе эксплуатации стендов для восстановления кузовов автомобилей была проверена и признана соответствующей стандарту.

Справка. Компания "РОСМА" шестнадцать лет производит оборудование, приспособления и аксессуары для кузовных работ. Особое место занимают стенды для восстановления геометрии кузова автомобиля. В настоящий момент выпускается четыре модификации: МК-01 "МИНИ", МК-02 "НОРМА", МК-03 "МАСТЕР", МК-04 "ЛИДЕР".

«Росма», г. Киев, пр-т Московский, 23, тел./факс: (044) 451-43-99
536-04-88, e-mail: rosma@rosma.com.ua, www.rosma.com.ua



інструмент для автомобілів



Новые разработки фирмы «Автостар»

Фирма "Автостар", производитель оборудования для СТО и авто-мастерских, пополнила ассортимент стендом для рихтовки литых дисков легковых и малотоннажных грузовых автомобилей Sirius Grad. Станок позволяет восстановить профиль посадочных мест под установку шины, счистить швы после сварки трещин резцом, устранить эллипсность, радиальное и осевое биение диска автомобильного колеса диаметром от 12 до 22 и шириной от 4 до 10 дюймов. Рихтовка диска производится с помощью гидрочилндра (устанавливается в один из предусмотренных упоров на станке), управляемого рукояткой гидрораспределителя. Монтаж диска на шпинделе станка, который приводится в движение трехфазным двигателем через клиноременную передачу, осуществляется за от-верстия крепления колеса к ступице автомобиля.

Также одной из последних разработок фирмы является борто-расширитель для шин грузовых автомобилей.

м. Черкассы, ул. Дахновского, 50, тел./факс: (0472) 33-04-21
32-09-04, e-mail: avtostar@route.net, www.avtostar.com.ua





Сканеры OBD-II Часть 3

*Девушка, вам спирт или водку?
- Ой, я даже не знаю, все такое вкусное...
(Анекдот)*

Человек со сканером, как и его коллега с ружьем, взяв в руки этот специфичный "инструмент", берет на себя и большую ответственность. Его диагнозы должны быть однозначными и основываться на четких критериях определения той или иной неисправности. Его владение этим "оружием" должно основываться на высоком профессионализме, достаточной квалификации и известном чувстве ответственности. Поскольку большинство автовладельцев не догадываются о сложности ("насыщенности" электроникой) своего четырехколесного друга, то они испытывают извечный пиетет к человеку, держащему в руках что-то непонятное, и верят, что слово "фахивця" суть истина в последней инстанции.

Не пытайтесь искать сканер, который "берет все автомобили". Такого просто не существует. Следует отдавать себе отчет в том, что в текущей практике работы СТО вам могут встретиться автомобили самых разных производителей и с достаточно разным возрастом. К тому же следует помнить, что производители постоянно совершенствуют свою продукцию и будут продолжать это делать всегда. Причем изменения касаются не только в видимой области, например, конструкции двигателя и его систем. Изменяются также алгоритмы их обслуживания и программное обеспечение (ПО). Увы, но у производителей/разработчиков диагностических средств нет достаточной мотивации "вкладываться" в разработку ПО диагностики старых моделей. Конечно, это не относится к сканерам, которые производятся известными фирмами и которые представлены на рынке уже не один десяток лет (например, Snap-On).

Идеального сканера, также как идеальной жены, машины или начальника, не существует. Но если при выборе объекта покупки руководствоваться не столько эмоциями, сколько реальными критериями и соотносить свои потребности с его возможностями, то оптимальное решение возможно.

Полноценный сравнительный анализ всего спектра продаваемых сканеров суть более чем трудоемкий процесс, и большинство представленных на рынке дилеров никак не заинтересованы в его проведении. Слишком безрадостными для некоторых моделей будут его результаты. Дескать, "заплатить деньги, чтобы убедиться в том, что *"есть резервы"* (читай недостатки)? Нет уж, извольте! Мы это и сами о них знаем!". Но такие горе-распространители являются "калифами на час" или просто поденщиками...

Скрижали¹ правил покупки сканера

Перед покупкой следует обратить внимание и обсудить следующие темы.

1. Каким способом будет осуществляться так называемая "гарантия". Какие поломки подпадают под ее действие, а какие признаются "негарантийными случаями".

2. Как и за чей счет будут устраняться обнаруженные аппаратные и программные ошибки, допущенные производителем сканера. И является ли их наличие/обнаружение поводом для продления гарантии.

3. Какую ответственность несет поставщик (производитель) в случае, когда заявленный список доступных для диагностики автомобилей или систем, мягко говоря, не будет соответствовать истине?

¹ Скрижали (в переносном значении) - "то, что хранит" свод правил, законов, принципов.

(подробнее о необходимых - в предыдущих номерах - № 7, 8 ' 2006)

4. Обратите внимание на способ обновления программного обеспечения. Если только Интернет, то это означает, что вы автоматически "привязываетесь" к этому способу общения и ограничены в доступе к этому сервису (услуге).

Обязательно узнайте преискурант на обновления программного обеспечения. Период "бесплатности" закончится достаточно быстро и незаметно. Поэтому проанализируйте свои возможности для оплаты в будущем доступа к новым версиям ПО. Немаловажным, хотя и косвенным аргументом является количество обновлений ПО (проверьте по программам нескольких брендов), которые сделаны, например, за последний год. Обилие обновлений - характерный признак "сырости" ПО и того, что производитель "работает с колес". А это чревато наличием ошибок как в алгоритмах, так и в "железе" (интерфейсе). Так, например, китайский производитель одного весьма посредственного "диагностического компьютера", видимо, решив сэкономить на паре транзисторов, возложил функцию инициализации диагностического режима на переходник для подключения. Как следствие, это искажало реальные данные проверяемых параметров, а иногда было причиной "недоразумений". Примечательно, что так и не признав эту грубую ошибку, производитель впоследствии под видом "заботы о покупателях" предложил своим клиентам покупку (и за немалые деньги) другого, якобы "модернизированного" переходника, причем в "новом" образце эта ошибка устранена лишь частично.

Помните, что вы покупаете сканер по цене, заявленной продавцом (производителем) и рассчитываетесь полноценными деньгами. Поэтому вправе получить "в ответ" товар, который соответствует нормам качества и заявленным возможностям.

Перед покупкой той или иной модели обязательно поработайте в Интернет-поисковиках и проанализируйте результаты обсуждения объекта покупки в соответствующих конференциях. Заранее решите, насколько вы готовы "терпеть" описанные недостатки и ответы "официальных лиц".

5. Обязательно узнайте, в течение какого срока вы сможете "безболезненно" вернуть свои деньги, если окажется, что купленный товар не соответствует вашим ожиданиям.

6. Особой темой является так называемая "техническая поддержка" пользователей. Обязательно надо заранее узнать, на что можно рассчитывать в случае возникновения неполадок и в каком объеме предоставляется эта услуга. Проверьте доступность и качество сервиса сервера производителя. И очень внимательно изучите сайт официального дилера вашего региона. Ознакомьтесь и проанализируйте раздел "Часто задаваемые вопросы" и другие доступные формы технической поддержки пользователей. Иногда "качество" этих услуг "шито белыми нитками" и "видно невооруженным глазом"... Естественно, сравните прайс производителя с ценой, за которую вам предлагают приобрести сканер. Если, например, выяснится, что Toyota/Lexus Intelligent Tester II, который в Европе стоит чуть менее двух тысяч евро, вам предлагают заплатить более 7 тысяч не менее полновесных долларов, то попробуйте заглянуть в эти "честные глаза" спекулянта и спросить, почему "овес нынче столь дорог"? И почему после предоплаты всей суммы (!) вы должны ждать несколько недель?



Фото 1. OEM сканер Toyota/Lexus (Denso).

Поскольку наша страна не является "центром" мира, то,

увы, на рынке предложений сканеров достаточно много так называемых дилеров "второй", а иногда и "третьей руки" с соответствующей репутацией и возможностями.

Право, не стоит покупать сканер в фирме по продаже мебели, которая, решив "срубить деньги по-легкому", занялась перепродажей случайно подвернувшегося товара. Постарайтесь осуществить покупку у официального дилера производителя. Это позволит рассчитывать, по крайней мере, на качественный ремонт и возможность "жаловаться".

7. Старайтесь купить сканер, который произведен в странах, реально поддерживающих защиту прав потребителя и который будет соответствовать стандартам этих приборов.

8. Скептически (критично) относитесь к заявлениям в стиле: "Все системы и все автомобили!" Такая "распальцовка" дилерам просто умиляет. Текст "Диагностируемые системы: все электронные системы и электрические цепи автомобиля" - признак недобросовестности или заблуждений. "Все и на всех" не может никто!

Поэтому не стоит удивляться результату вроде этого: "...приборчик конечно супер, но первое огорчение (после покупки - автор), камри 2002 год, разъем OBD-2 - не взял..." (речь об альтернативном сканере для автомобилей Subaru).

"Все в одном стакане" не бывает. Или... это окажется совсем не тем "напитком", на который вы рассчитывали.

Перечень систем современного автомобиля насчитывает десятки наименований. Поэтому такого рода заявления будут признаками недобросовестности продавца и желания "всучить свой товар".

9. Проза жизни такова, что автомобили выпускаются с учетом требований страны назначения. В нашей стране, увы, не регламентируются требования к системам самодиагностики автомобилей (введение в 2006 году архаичной системы EUROII - тому свидетельство), поэтому не стоит удивляться, если у вас не получится "соединиться" с автомобилем, купленным в официальном отечественном автосалоне. Достаточно вероятно, что его ПО не сертифицировано этим требованиям. Такова участь так называемых "третьих стран". Мне неоднократно встречались автомобили "с ближнего востока", с которыми просто нечем работать. Но, увы, жаловаться некому.

10. Можете ли вы представить себе бухгалтера, который пользуется неточным калькулятором с весьма сомнительными возможностями, врача с неточным термометром, техника со сканером, который "путается" в кодах неисправности и текущих данных (Live Data)? У меня не получается...



Фото 2. OEM сканер Mitsubishi.



Фото 3. OEM сканер Subaru.



Фото 4. OEM сканер Nissan.

Ремонт каждого автомобиля должен оставлять после себя след. И не столько в вашем кошельке, сколько в виде вашего опыта. Поэтому крайне желательна, да и просто необходима функция (возможность) записи т.н. лог-файлов. Ее суть состоит в том, что в память сканера записываются значения выбранных параметров. Сравнение и анализ этих данных до и после успешного ремонта позволят вам создать базу данных, которая, безусловно, будет полезной при ремонте следующего автомобиля. Даже если на нем будут немного другие проявления неисправности.

Примечания

Терминология. Универсальный системный сканер = мультимарочный. С внедрением системы диагностики второго поколения все сканеры являются "мультимарочными", т.е. работают со всеми "марками" автомобилей, которые поддерживают действующие стандарты. И систематизировать их надо не по маркам/моделям, а по доступности диалога с различными электронными системами управления, то есть как "мультисистемные".

Мотор-тестеры. С подачи консультантов-распространителей диагностического оборудования произошла подмена понятий и наличие в сканере функции "встроенный осциллограф" стало поводом (совершенно обосновательным) присваивать такому девайсу имя "мотор-тестер". На мой взгляд, это либо сознательное введение в заблуждение покупателя, либо свидетельство незнания назначения и алгоритма работы такового. Мотор-тестер - это более функциональное устройство, одной из составных частей которого, является многофункциональный осциллограф. Поэтому стоит, как говорится, называть вещи своими именами.

Газоанализаторы. Вызывает сомнение необходимость приобретения и возможность результативного использования газоанализаторов. Повсеместное использование катализаторов свело на нет возможности достоверной проверки состава смеси. В большинстве современных автомобилей отсутствует возможность проверки состава смеси до катализатора. Проверка состава выхлопных газов после него недостоверна так как значения получаемых данных в значительной мере зависят от состояния каталитического преобразователя, а не только от состава выхлопных газов. Не говоря о том, что искомые параметры воздушно-топливной смеси достаточно хорошо просматриваются с помощью сканера. Вероятно, применение "СО-метров" имеет смысл на СТО, которые ориентируются на ремонт автомобилей прошлых лет выпуска, где такого рода "диагностика" достаточно плодотворна. Или собираются проверять содержание СО согласно недавно введенному требованию (2006г.) соблюдения новыми автомобилями требований EUROII. Кстати, в Европе, этот стандарт введен, начиная с автомобилей, произведенных в 1994 г. (!). Но когда-то надо начинать и нам.

Критерии оценки покупки

- Наличие дополнительных и значимых расширений использования - например, осциллоскоп, тестер, приспособления для проверки параметров системы формирования искры.

- Возможность проведения диагностики с использованием CAN-протокола обмена данными.

- Возможность подключения и совместной работы с персональным компьютером, что значительно увеличивает возможности и отдачу сканера.

- Наличие встроенной базы данных. Ее обширность и возможность пополнения.



Фото 5. OEM сканеры Honda.

- Разнообразность способов доступа к обновлениям.
- Естественно, цена, надежность, условия покупки и специальные требования (язык).

- Наличие "защиты от дурака".

- Возможность сохранения данных диагностики конкретного автомобиля (в виде screen shots и в так называемых log-файлах), что позволяет создавать оригинальные базы данных и обмениваться ими с приятелями-коллегами.

- Зависимость типа сканера от размеров и профиля СТО. Сервис, техническая и информационная поддержка, гарантийные обязательства и обновления, предлагаемые производителем.

- Цель использования (покупки)? "Пускать пыль в глаза" клиентам? Просто "гасить лампочку"? Или действительно зарабатывать деньги диагностикой?

- Реальная оценка того, кто будет использовать купленное "диагностическое средство": слесарь, не забывший в какую сторону "текут электроны"? "Диагност", помнящий "правило буравчика"? Или достаточно подготовленный специалист, который сможет помочь "отбить" деньги, потраченные на покупку?

Анализ сканеров невозможен без понимания принципов, правил,

Первый и главный закон: техник должен быть более "продвинутым" чем сканер, иначе возможна комическая ситуация в стиле "не в коня корм":

- Диагностик, коррекция?

- 25!

- Что "25"?

- А что "коррекция"?

технологии проведения диагностики современного автомобиля. Технический персонал должен быть БОЛЕЕ "подкованным" чем сканер. Иначе все вложения денег окажутся бесполезными, а сканер будет напоминать "логарифмическую линейку, с помощью которой забивают гвозди". И при низкой, как бы это ни было прискорбно, его квалификации, можно ограничиться покупкой такого простого "прибамбаса" (фото 6), что будет весьма экономной тратой денег. В Сети встречались предложения купить эту игрушку примерно за 30 американских долларов. По крайней мере, сбрасывать коды неис-

Для любителей "просто считать" коды самодиагностики, очистить память кодов со стиранием блоков сохраненных данных (без выяснения и устранения причин неисправности, без анализа данных и параметров электронных систем, исполнительных устройств, датчиков) может быть интересен такой "девайс". Устройство не совсем соответствует требованиям стандартов ISO/DIS. Но, учитывая цену, вполне оправдывает свое существование. Хотя стоит заметить, что прибор сколь дешев, столь и глуп. Если вы профессиональный "диагностик" и "устали" от сканеров, которые требуют замены каждые несколько лет, стоимость обновления для вас слишком высока или вы страдаете из-за отсутствия современных средств диагностики, то такой прибор сможет помочь "снять напряжение" считыванием и автоматическим стиранием кодов неисправности инжекторной системы.



Фото 6

правности можно будет не банальным отключением минусовой клеммы аккумулятора, а "с умным видом" профессионала.

Каждодневная работа - это не только и не столько "ловля за бороду" кого-то или хватания удача за разные выступающие места. Не стану повторять, что состояние "я знаю все" - неестественно. Нормальное состояние: я знаю мало. У настоящего профессионала всегда найдутся вопросы, на которые ему нужны ответы! Чем больше объем знаний, тем больше граница с "непознанным" и поэтому количество "вопросов" только возрастает. А значит, не следует уподобляться герою поговорки "пока гром не грянет, мужик не перекрестится". Ищите, находите и изучайте. И не плоды домыслов или результатов "голосования зала" по поводу назначения и принципов работы той или иной системы. Работайте с первоисточниками, то есть с документацией и учебными материалами производителей. И категорически отказывайтесь от порочной практики диагностики и регулировки "на слух, на нюх, на глаз, на ощупь" или по критерию "...я так вижу..."!

Для проверки реальных возможностей конкретной модели сканера загляните в любую поисковую систему в Интернете и задайте поиск по интересующей вас теме. Например, плодотворен поиск по словам "сканер xxx меня подставил" или "к вопросу о терминологии". И проанализируйте суть вопросов, возникавших у пользователей, стиль ответов "дилеров" и "мотайте на ус" содержание проблем. Не исключено, что и вы можете оказаться в похожей ситуации и столкнуться с такой же проблемой.

PC-based Scan Tools

Исторически сложилось так, что первые сканеры, являясь оригинальными разработками производителей, использовали подходящий процессор и специально разработанную операционную систему (ОС). Но в наше время наблюдается устойчивая тенденция использования "прелестей" ОС Microsoft. И даже оригинальные диагностические средства выполняются на основе персональных компьютеров (ПК). Например, специализированное ПО и несложные аппаратные интерфейсы позволяют максимально использовать возможности ПК и создавать весьма функциональные и законченные устройства. В свою очередь, это создает возможность производства несложных и недорогих приставок к обычному ноутбуку, которые иногда не уступают возможностям "дилерских сканеров". При этом они характеризуются высоким качеством, простотой аппаратной реализации, надежностью, огромной гибкостью изменения версий и, конечно, практически неограниченными возможностями ОС Windows.

Применение персональных компьютеров для диагностики электронных систем современных автомобилей имеет еще несколько преимуществ.

Неминуемо снижается стоимость интерфейса и ПО. Производителю сканеров не надо думать об организации весьма сложного производства "железа" сканеров.

Анализ тенденций развития сканеров позволяет сделать вывод о том, что это - наиболее перспективный путь развития диагностических средств.

При этом особенно "вдохновляет" то, что возможно использование достаточно простых аппаратных интерфейсов и ПО класса "Free Ware". Соответствующие ресурсы представлены в Сети. Иными словами, потратив несколько часов, вы можете стать обладателем неплохого сканера для проверки состояния инжекторной системы, считывания кодов неисправности, Freeze Frame и т.п.

Потратив несколько сотен долларов, можно приобрести более продвинутые "продукты". Например, обратите внимание на список диагностируемых/проверяемых параметров сканером AE. Многие десятки параметров и доступность самых разнообразных функций.

Кроме того, использование ноутбука как базового прибора диагностики позволит использовать непосредственно ту программу, которая наиболее подходит к диагностируемому в настоящий мо-

мент автомобилю. Отмечу, что таковых программ разработано огромное количество. Иногда даже трудно определить, чему отдать предпочтение при проверке конкретного автомобиля.

Особо отмечаю, что несомненным чемпионом по возможностям диагностики и другим функциям являются программы VAG-COM, Scan Tools. Благодаря известной "народности" автопроизводителя VAG (Audi-VW-Group), с помощью этих программно-аппаратных сканеров с несложным интерфейсом и недорогим ПО возможно практически все и почти для всех систем (фото 7).

Весьма привлекательны сканеры EASE, B&B Electronics, OBD-Scan+CAN. Особенно энергично в последнее время развивается AutoEnginuity. Значительное количество проверяемых параметров и систем, удобный интерфейс, ответственность за результаты своего труда, внимание к замечаниям и вопросам пользователей - вот что отличает этих производителей от фирм стран "третьего мира".

Таким образом, можно констатировать, что PC-based Scan Tools - наиболее динамично развивающийся и привлекательный рынок предложений относительно дешевых и абсолютно удобных/интересных диагностических средств.

По вполне понятным причинам отечественные производители/разработчики аналогичных продуктов представле-

ны слабо и характеризуются весьма "сырым" ПО. Приятным исключением является диагностический комплекс MotoDocII.

Особый интерес представляет тема использования так называемого "ломанного" программного обеспечения. Если вам нужна не сиюминутная выгода, а долговременные и качественные результаты вложенных в покупку денег, постарайтесь не покупать эти "левые товары". Заманчиво купить "колбасу подешевле", но кто потом будет лечить "отравление организма" ваших компьютеров и машин клиентов? И если продавец такого "тухлого товара" более чем нечистоплотен и не уважает права разработчиков, то, естественно, вы не можете рассчитывать на "приличное отношение к себе". Блеск предстоящих денег, тем более опустит планку его порядочности "ниже уровня плintуса"! Соблазн "сэкономить" понятен, но не объясним. Вынужден напомнить, что "скупой платит дважды": за все будущие поломки диагностируемых машин и оборудования придется рассчитываться вам и из собственного кармана.

Сканеры на основе КПК

Это менее востребованные диагностические приборы, хотя рынок предложений достаточно велик, вплоть до реализаций OEM Pocket Tester - например, Honda Diagnostic System Tools.

Известная массовость так называемых "наладоников", с одной



Фото 7



Фото 8. Сканер AE при диагностике Toyota Solara.



Фото 9. Проверка Lexus RX 300 с помощью сканера CJ-II.

ном, соответствуют классу "Generic Scan Tools". То есть в качестве "третьего" сканера они вполне допустимы. Такие сканеры позволяют оперативно проверить параметры инжекторной системы, считать коды неисправности, определить состояние датчиков и исполнительных устройств. Некоторые модели позволяют проверять "специфические" параметры и некоторые другие системы (фото 9).

Кстати, для владельцев автомобилей такие дополнения возможностей их КПК помогают избежать мытарств при диагностике в автосервисах. В некоторых случаях стоимость этого диагностического инструмента может быть меньше, чем выплаты господам "диагностикам" за бездарную работу и, как следствие, безуспешные попытки "ремонта". Можно экономить деньги, подтверждая диагностическую информацию, полученную от технического персонала СТО, проверяя и самостоятельно устраняя мелкие неисправности. Настало время, когда так называемый "фирменный" сервис перестал быть монополистом при проведении диагностики, и, может быть, стал равноправным партнером... С 1996 года в США и с 2001-го в Европе инжекторная система двигателя уже не та простенькая система со скудными возможностями диагностики. Получение текущей информации о состоянии датчиков, исполнительных устройств и других компонентов в режиме реального времени и при реальной нагрузке поможет оценить состояние компонентов и определить, какой элемент системы находится на грани поломки или просто неисправен. А это позволяет упредить неисправность, избежать дорогостоящего ремонта или свести на нет попытки "мастеров" авторемонта "развести клиента на деньги"...

Разное

Достаточный интерес представляют сделанные самостоятельно интерфейсы и программы, написанные энтузиастами и любителями диагностики. В Интернете можно найти десятки проектов, реализация которых



Фото 10. Диагностика Nissan Maxima 3.5SE с помощью ноутбука.

сторон, и достаточно неплохие возможности их ОС с другой, провоцирует разнообразие их моделей. Не лишним будет напомнить о том, что обычно ПО таких сканеров "привязано" к интерфейсу и чаще всего относится к категории "Free Ware". В большинстве случаев такие сканеры используются в качестве вспомогательных и, в основ-

ном, соответствуют классу "Generic Scan Tools". То есть в качестве "третьего" сканера они вполне допустимы. Такие сканеры позволяют оперативно проверить параметры инжекторной системы, считать коды неисправности, определить состояние датчиков и исполнительных устройств. Некоторые модели позволяют проверять "специфические" параметры и некоторые другие системы (фото 9).

Кстати, для владельцев автомобилей такие дополнения возможностей их КПК помогают избежать мытарств при диагностике в автосервисах. В некоторых случаях стоимость этого диагностического инструмента может быть меньше, чем выплаты господам "диагностикам" за бездарную работу и, как следствие, безуспешные попытки "ремонта". Можно экономить деньги, подтверждая диагностическую информацию, полученную от технического персонала СТО, проверяя и самостоятельно устраняя мелкие неисправности. Настало время, когда так называемый "фирменный" сервис перестал быть монополистом при проведении диагностики, и, может быть, стал равноправным партнером... С 1996 года в США и с 2001-го в Европе инжекторная система двигателя уже не та простенькая система со скудными возможностями диагностики. Получение текущей информации о состоянии датчиков, исполнительных устройств и других компонентов в режиме реального времени и при реальной нагрузке поможет оценить состояние компонентов и определить, какой элемент системы находится на грани поломки или просто неисправен. А это позволяет упредить неисправность, избежать дорогостоящего ремонта или свести на нет попытки "мастеров" авторемонта "развести клиента на деньги"...

лизованных устройств и других компонентов в режиме реального времени и при реальной нагрузке поможет оценить состояние компонентов и определить, какой элемент системы находится на грани поломки или просто неисправен. А это позволяет упредить неисправность, избежать дорогостоящего ремонта или свести на нет попытки "мастеров" авторемонта "развести клиента на деньги"...

адаптера Jeffs OBD-2 себестоимостью несколько десятков гривен.

Кстати, непорядочные дилера-кидалы пытаются "рубить капусту" и наживаться на перепродаже таких программ, как в Украине, так и в России и в Беларуси. Похоже, что "тяжелое наследие прошлого" навсегда отбило у части наших соотечественников уважение к чужой собственности и к чужим правам. И болезненные комплексы собственной неполноценности или осознание собственной никчемности находят выражение в столь извращенной форме отношения к труду других людей.

Рекомендации

Итак, какой сканер нужно/можно покупать? Поскольку рынок предложений о покупке практически необъятен, то легче было бы перечислить список марок, которые **не** следует покупать. Но "черный список" еще впереди, а лидер этой категории "диагностических компьютеров" общеизвестен.

Увы, реального ответа на вопрос "что лучше" нет. Слишком много определяется номенклатурой автомобилей, которые попадают на СТО, востребованностью "глубины" диагностики и т.п. Невозможно объять необъятное. Каждая конкретная модель может весьма неплохо работать с автомобилями одного региона и при этом более чем посредственно со всеми остальными. Если спектр производителей автомобилей, представленных в ремонте, достаточно широкий, то рано или поздно возникнет необходимость в покупке второго, третьего и т.д. сканера. Если вы отдаете предпочтение автомобилям одного производителя, а другие попадают только случайно, то, безусловно, стоит приобрести сканер класса "OEM" (Original Equipped Manufacturing). То есть такого, который ориентирован на системы одного производителя, а с остальными работает как обычный прибор ("generic"). Но при этом следует помнить, что полная "самоотдача" таких сканеров, возможна только, если техник при считывании, например, кода самодиагностики DTC 0704 ("P-SPILL/V CIRC") будет знать, "кто виноват" и "что делать". Иными словами, сможет разобраться с интерпретацией этого кода, проверить соответствующие контекстные параметры ("Reference Value in Data Monitor Mode") и отремонтировать автомобиль. При соответствующей "информационной поддержке" и должной организации возможна относительно быстрая окупаемость такого приобретения.

И не стоит отчаиваться, если предмет вложенных вами денег иногда не сможет соединиться с каким-то автомобилем. Это может быть вызвано несколькими причинами. Например, неисправностью проводки самого автомобиля, неправильным использованием сканера техническим персоналом. Хотя и не исключено, что это - следствие псевдоэкономии при покупке.

Что касается конкретных марок и моделей, перечислю только наиболее востребованные и популярные. Приводить данные их описаний не имеет смысла, так как эту информацию легко найти в Сети.

Безусловно начать стоит с диагностических средств фирмы **Bosch** и **Vetronix**, которые представлены целой линейкой сканеров с разными возможностями.

KTS 530, 540 и KTS 550.

Эти модели являются приставкой к персональному компьютеру или ноутбуку, которые превращают их в диагностическую станцию. Вторая модель отличается тем, что в ее состав, кроме 2-канального мультиметра, включен еще и 2-канальный осциллограф.

KTS 651 - мультимедийный мобильный диагностический прибор.



Фото 11. Сканер серии KTS.

тический сканер с собственным процессором, дисплеем touch screen, жестким диском, встроенной сетевой картой, автономным питанием, с возможностями подключения внешней клавиатуры (PS/2), слота PCMCIA и т.д.

В состав всех сканеров этой серии включена информационная система ESI[tronic].

По состоянию на 2006 год перечень автомобилей и систем, диагностируемых этим комплексом, занимает 31 страницу, но следует учитывать естественную ориентацию этого комплекса



Фото 12. Диагностические средства Snap-On.

на автомобили европейского рынка. Несколько смущает цена, но эти сканеры не для "спецов по ремонту на коленке". Отмечу, что у Vetronix намечилось некоторое "охлаждение" отношений с некоторыми производителями. Это следует учитывать при покупке.

Для европейских и азиатских автомоби-

лей весьма применимы сканеры производства **Snap-On**. Продукция этого производителя представлена очередной модификацией сканера **SOLUS**, цифровым мультиметром и 2-канальным осциллографом **Vantage PRO** (графический мультиметр с диагностической базой данных, Top 20 Tools 2005) и безусловным лидером систем диагностики, каковым является комплекс **MODIS (Modular Diagnostic Information System)**. При оснащении соответствующим программным обеспечением весьма применим к европейским автомобилям.

В Европе продаются как сканеры фирмы **SUN** под названием **PDL 1000, PDL 2000** и **MODIS**.

Modis хорош для специалистов должной квалификации с достаточными знаниями принципов функционирования систем современного автомобиля и с большим практическим опытом. Его покупка, несмотря на значительную цену, - выгодное вложение денег в развитие СТО.

Некоторой и весьма условной альтернативой MODIS, возможно, является **OTC 3850 Solarity** (Top 20 Tools 2005, \$1.599). В целом,



Фото 13. Диагностический прибор Solarity.

неплохое дополнение к сканерам серии **OTC GENISYS** (фото 14). В его состав входит 4-канальный осциллограф с полосой пропускания 4 MHz и цифровой мультиметр с возможностью измерения напряжения, сопротивления, частоты и скважности импульсов и др. Предус-

мотрена возможность проведения функциональных тестов систем и компонентов. Интерфейс пользователя характеризуется известной дружелюбностью и огромной палитрой доступных инструментов (функций). Газоанализатор является дополнительной опцией.

Информационная база включает данные о европейских, азиатских и американских автомобилях. Также, как его коллега MODIS, требует от пользователей наличия должной квалификации.

Среди мультисистемных сканеров, весьма неплохо поддерживающих диагностику японских производителей, наибольший интерес представляет продукция **Nextech** (Южная Корея). На рынке можно встретить устаревшие модели **Carman Scan-I/II** (AD300, AD200, I-Pro),

переходную модель **CarmanLite** и последнюю разработку этой фирмы - **Carman Scan VG**, диагностический сканер с 4-канальным запоминающим осциллографом, цифровым тестером и генератором сигналов. Характеризуется тем, что использует увеличенный цветной активный дисплей (touch screen), имеет возможность подключения к компьютеру и др. Практически не заменим, если на СТО большой поток праворульных (RHD) автомобилей. При покупке дополнительных пакетов ПО и адаптеров с его помощью возможна диагностика и многих европейских автомобилей. Для полноценного использования необходимо, чтобы у пользователя была соответствующая квалификация в области современных электронных систем. Достойный выбор при среднем уровне затрат на покупку.



Фото 14. OTC GENISYS

Достаточно неплохо выглядят на практике **i-Scan D91**, **VscanD51** и **VeDiS** фирмы **AUTOLAND** (Autoland Sciencetech U.S.A. и Autoland Sciencetech JAPAN INC.). Они предназначены для использования как на европейских, так и на азиатских автомобилях. Под таким же названием (iScan) существует сканер, производимый известной фирмой **BaumTool**. При комплектации соответствующими картриджами и переходниками весьма применим на автомобилях азиатского рынка, причем и тех, которые используют OBD-I интерфейс и соответствующие протоколы.

В качестве устройств для проверки формы и параметров систем зажигания можно рекомендовать **LabScope SIA 3000 EUROPEAN Sun Ignition Analyser EEMSEU110A (SUN)**. Лидером этой категории вспомогательного диагностического оборудования является **ATS, Inc.**, продукция которой отмечена в Top 20 Tools 2004 и 2005 г., в состав которой входят сканер **EScan**, 8-канальный осциллоскоп **EScope** и **Elgnition Ignition Analyzer**. Приборы относительно скромные по цене, но достаточно функциональные и с большими и оригинальными возможностями.

Попытки мимикрии "неизвестных" диагностических компьютеров под видом другого "звездного" бренда, сути отношения этих разработчиков к автомобилям и потребителям не меняют и достоверность утверждения о возможности дилерского (OEM) уровня доступа - остается на их совести.

Заключение

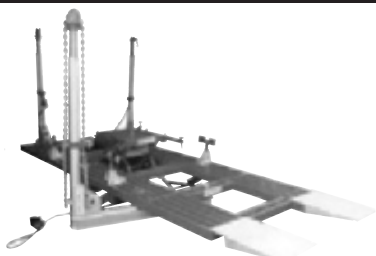
Не стоит гоняться за сканером с максимальными характеристиками и, соответственно, весьма ощутимой ценой. Начинать со сканера со средними возможностями, проверьте результативность и эффективность его применения и постепенно расширяйте базу этих приборов. В случае неудачи вы рискуете ощутимо меньшими деньгами, а если практика докажет его экономическую выгоду, то на заработанные с его помощью деньги можно будет дальше развиваться.

С помощью системы весовых коэффициентов и оценки параметров по универсальной "формуле любви", можно рассчитывать интегральный параметр QV ("Quality Value") каждой модели сканера. Базовым параметром, по которому определяется этот показатель, является цена. Дополнительно используются так называемые "поправочные баллы значимости параметра". Это позволяет учитывать индивидуальные предпочтения будущего пользователя, возможности прибора и, соответственно, сравнивать сканеры между собой. Описание методики расчета и критериев выбора коэффициентов - в следующих номерах.

Михаил Бурый

Фото автора. В материале также использованы иллюстрации производителей диагностических приборов.

ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ АВТОСЕРВІСУ ВІД ВИРОБНИКІВ



Обладнання для
відновлення геометрії
кузовів в асортименті
від 4240 євро

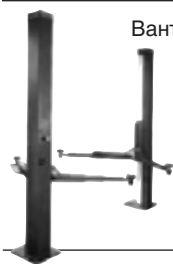
РОСМА



**МИСТЕЦТВО БЕЗДОГАННОГО
ОСНАЩЕННЯ**

04655, м.Київ, пр.-т Московський, 23
тел. +380 (44) 451-43-99
тел./факс +380 (44) 536-04-88

www.rosma.com.ua, e-mail: oborudovanie@rosma.com.ua



Вантажопідйомне
обладнання
від 200 євро



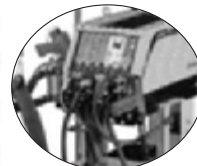
Комп'ютерні
від 6500 євро
та лазерні стенди
розвалу-сходження
від 900 євро



Зварювальне
обладнання
від 83 євро



Споттери
від 1015 євро



Зарядні та
пускозарядні
пристрої
від 23 євро

Балансувальне та
шиномонтажне
обладнання
від 1000 євро



Компресори
від 170 євро



Фарбувальні камери
від 19500 євро



ФОРМУЄМО ДИЛЕРСЬКУ МЕРЕЖУ

autoExpert ©



«ПроИнстр», г. Киев, пр-т Ак. Глушкова, 1
Экспоцентр Украины, пав. №167
тел./факс: (044) 526-91-93, 526-92-85
тел.: (044) 461-39-82
e-mail: proinstr@ukr.net, www.proinstr.kiev.ua

Наши партнеры: Киев, ул. Стеценко 49/63,
маг. "Профессиональный инструмент", 3 эт.,
(044) 461-39-81; Львов (067) 741-97-62; Львов,
маг. TIR запчасти Рудно (0322) 98-21-30; Ивано-
Франковск (0342) 50-33-70, маг. инструмент
"Авто"; Хмельницкий (097) 924-87-08;
Черновцы (050) 593-91-03, 661-27-65;
Тернополь (050) 339-54-61; Донецк
000 "Комтех" (062) 305-37-02; Донецк (050)
640-44-42; Луганск (0642) 33-97-22;
Днепропетровск (056) 780-28-65, 788-50-01;
Симферополь (0652) 66-61-25; Херсон маг.
"Оригинал Авто" (0522) 33-40-12

ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК

ТОЛЬКО ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ



Инструментальные тележки,
верстаки, столешницы



Наборы инструмента, наборы
насадок, удлинители, трещотки,
воротки, головки



Компрессометры для дизельных
и бензиновых двигателей,
стетоскопы, стробоскопы
и другие приборы малой диагностики



Краны, пресса, гидравлические
подъемники, домкраты и другое
гидравлическое оборудование



Гидравлические и механические
съемники, оправки, монтажные
и демонтажные приспособления



Захваты, зажимы и различный
рихтовочный инструмент



autoExpert ©

BEISSBARTH

stertil KONI

BEISSBARTH

STAHLWILLE

RODCRAFT

NITECO

GLOBALJIG International S.r.l.

ЕКВІНЕТ

пр-к Куренівський 19/5
оф. 352 м. Київ
467-51-55, 467-65-55
equinet@ukr.net
www.equinet.com.ua

BERUF-AUTO

тел./факс: (044) 459-56-14
тел.: (066) 767-24-27, (066) 748-88-04, (067) 501-11-55
(050) 313-36-17, (050) 313-38-15
beruf-auto.kiev@rambler.ru

LAUNCH

PICARD

AmPro

PICARD

BLACKHAWK

LAUNCH

SAIMA

YOKI

LAUNCH

Балансировочные
стенды

Шиномонтажные
стенды

Подъемники

Инструмент

Покрасочные камеры

Рихтовочные
стенды

Стенды для
регуловки геометрии
углов установки колес

Диагностическое
оборудование

ГБО: бизнес-перспективы



Один из принципов успешного ведения бизнеса - не останавливаться на достигнутом. Для станций техобслуживания это можно перефразировать как «открывать новые посты и предоставлять новые услуги». Как развиваться дальше, что можно предложить клиенту? Вариантов много. Один из возможных - пост по установке и обслуживанию газобаллонного оборудования (ГБО).

Рынок ГБО в Украине

Газобаллонное оборудование предназначено для перевода автомобиля на газовое топливо. Наш рынок ГБО еще нельзя назвать сформированным. Он мало насыщен установочными и сервисными центрами, заправками. Еще меньше на рынке информации. Например, в Польше 5 специализированных автогазовых журналов, в Украине - ни одного. На данный момент в Украине попросту нет официальной статистики количества газовых автомобилей и количества пропан-бутановых заправок!

Украинский рынок ГБО вообще находится в младенческом состоянии по сравнению с рынками европейских стран. Самый, наверное, яркий пример - наши соседи поляки. В Польше рынок ГБО действительно развит, программа газификации работает на национальном уровне, а количество га-

зовых заправок практически равняется количеству бензиновых. И Украина повторяет путь Польши, утверждают поставщики газобаллонного оборудования. 7 лет назад в Польше была та же ситуация, что у нас сейчас. Население еще побаивается ГБО, но уже понимает, что ездить на бензине дорого. То есть, когда автовладелец поймет, что ГБО - не такой уж страшный зверь, а экономия оно дает существенную, то количество газовых автомобилей резко возрастет. По

прогнозам, в Украине, с нынешними темпами роста цен на бензин (до уровня 1 литр = 1 евро), это произойдет в ближайшие несколько лет. Как говорят дилеры, рынок ГБО - это "эмоциональный" рынок, который зависит от цен на бензин. Хотя здесь стоит говорить о том, что рост цен на бензин провоцирует "газовые бумы", а стабильный спрос присутствует всегда.

Еще одна особенность - проблема особого отношения к ГБО именно в странах бывшего Советского Союза. Когда в 1990 году в СССР начала действовать программа газификации транспорта, многочисленные работники автомобильных парков лишились одного из основных источников дохода - ворованного бензина. Поэтому работу этой программы "пришлось" в срочном порядке саботировать. Именно в то время родилось большинство "мифов о ГБО" (о них - отдельный разговор) и множество предрассудков. Отсутствие на рынке достаточной информации о газобаллонном оборудовании приводит к тому, что эти мифы и сейчас активно вспоминаются противниками газа при первом его упоминании, хотя уже давно опровергнуты на практике.

Также актуальной проблемой является отрицательное отношение работников свободных автосервисов к ГБО. Среди них считается "правилом хорошего тона" все проблемы в автомобиле валить на газовые установки. Доходит просто до анекдотических ситуаций! "Ах, у вас колесо начало спускаться? Так это газ виноват!" И это не шутка! Отношение большинства работников автосервиса к ГБО, в основном, резко отрицательное. Впрочем, не только к ГБО, а к любой неизвестной аппаратуре. Ведь если говорить о проблемах с двигателем, то да, они появляются вместе с установкой ГБО. Но не газ тому виной! Как говорят дилеры:

Во всем мире на газе работает свыше 3,2 млн. транспортных средств (в т.ч. в Аргентине - 1,2 млн., Бразилии - 600 тыс., Пакистане - 410 тыс., Италии - 401 тыс., США - 130 тыс.). В Бразилии и Аргентине на газ переоборудуется по 7-8 тыс. автомобилей ежемесячно. А в Европе сегодня происходит настоящий газовый бум. Европейская Комиссия планирует до 2010г. заменить природным газом до 10% потребления бензиновых и дизельного топлива, что соответствует переоборудованию на газ 23 млн. автомобилей.

Сегодня на украинском рынке присутствует газобаллонное оборудование производства Италии, Польши, Голландии, Турции, России и Беларуси. В Украине ГБО не производится.

Основные импортеры ГБО: "Арника", "Астрон-Автогаз", "Газовик", "ГазТехТрейд", "Крокос", "Мрия Импекс", "Саер", "Техобеспечение", "Автогаз Украина групп".

"Газ - лакмусовая бумага состояния двигателя". И если на бензине двигатель будет работать на износ, "через не могу", то на газе он сразу укажет на неисправности в той или иной системе.

Впрочем, основываясь на опыте других стран, можем предположить, что экономическая выгода поборет предрассудки и проблемы настороженного, а зачастую и резко отрицательного отношения, будут устранены в будущем, за счет популяризации ГБО и насыщения рынка достоверной информацией.

Итоги. Порог вступления в газобаллонный бизнес невысок. Для этого не нужно специальное помещение, дорогой инструмент и оборудование. Делать оптовые закупки самого ГБО тоже необязательно. Можно покупать по одному комплекту оборудования, каждый раз, когда у вас есть клиент. Но есть несколько сдерживающих факторов: в первую очередь, недостаточное количество заправок и низкая готовность автосервиса работать с ГБО. Также сказывается осторожное отношение к этому оборудованию автовладельцев, которое вызвано недостаточной информированностью. Но в целом, рынок ГБО является для универсальных СТО инвестиционно привлекательным.

Установка ГБО

Услуги по установке и обслуживанию ГБО - это достаточно выгодно. Спрос на них есть, и он стабильно растет. Это динамично развивающийся рынок. С каждым скачком цен на бензин образуется новая волна желающих поставить ГБО. Там, где есть динамично растущий спрос на какую-либо услугу, есть и возможность занять

лидирующую позицию по ее оказанию. Тем более что дилеры ГБО в Украине ведут активный поиск партнеров-СТО. Услуга обслуживания ГБО также в некоей мере "привязывает" клиента к вашему сервису, поскольку при небольшом количестве установщиков оборудования для ТО он придет именно к вам.

Как?

Что необходимо СТО для того, чтобы начать оказывать услуги по установке и обслуживанию ГБО? Первое - это желание. Так как все остальное на универсальной станции обычно уже есть. Необходимо: бокс с ямой (можно с подъемником, но тогда слесари, монтирующие ГБО, будут лишены возможности работать одновременно под капотом и под днищем автомобиля, что увеличит время установки), стандартный набор слесарного инструмента, набор фрез, шлангорезы, сварочный аппарат, компрессор, газоанализатор, диагностический сканер (для выявления неисправностей до начала переоборудования), течемер (для определения утечек газа). Также для работы с последними поколениями ГБО необходим компьютер (лучше ноутбук). Но это можно отнести к перспективным покупкам, потому что к работе с последним поколением ГБО стоит приступать после приобретения опыта по установке систем 1-3 поколений. Так говорят сами установщики. Спрос на ГБО 4 поколения пока еще невелик, хотя и растет гигантскими темпами.

Кто обучит?

Последняя составляющая газобаллонного сервиса - автослесарь. Найти хорошего автослесаря нелегко, но это глобальная проблема и о ней не в этой ста-

тье. Обучение слесарей установке ГБО проводится компаниями-дилерами. У каждой из них есть своя специализированная СТО, с которой обычно начиналась деятельность этих компаний как продавцов ГБО. Сейчас эти станции функционируют и как пункты установки, и как учебные центры. У каждой компании свой подход к этому вопросу: кто-то обучает персонально всех желающих на своих СТО, а кто-то проводит платные практические семинары. Обычно обучение длится от 2-х до 4-х недель, а дальнейшие консультации проходят в телефонном режиме. У каждой компании есть свои технические специалисты, которые всегда готовы прийти на помощь.



Главный документ для станции, которая занимается установкой и обслуживанием ГБО.

Особенностью обучения установке газобаллонного оборудования является то, что компании-дилеры ГБО не имеют права предоставлять слесарям какие-либо удостоверения для работы с этим оборудованием. Такое право имеют только учебно-производственные комбинаты. Но эти комбинаты, в свою очередь, не имеют технических возможностей для проведения обучения. Поэтому образуется своеобразный симбиоз. Дилеры проводят обучение слесарей, которые потом едут на учебные комбинаты, сдают экзамен на компьютере и получают удостоверение "установщика ГБО".

Кто разрешит?

Законодательство относительно ГБО в Украине еще имеет некоторые недостатки и является объектом доработок. Но основы заложены. Чтобы легально переоборудовать автомобили на газ, необходимо получить "Свидетельство на право переобору-



Семинар проводит компания «Мрия Импекс».



Через 50 лет, утверждают дилеры ГБО, самолеты будут летать на газовом топливе.

дования транспортных средств для работы на газе". Получить его можно в двух инстанциях: "ГосавтотрансНИИпроект" при Министерстве транспорта и связи и НИЦ БДР при МВД. Список необходимых для получения свидетельства документов приведен ниже. Разница в том, что НИЦ БДР выдает свидетельство сразу на все виды работ (на все типы автомобилей и на все

поколения ГБО), а "ГосавтотрансНИИпроект" дает дополнение к свидетельству, в котором указывает, какие типы ГБО имеет право монтировать установщик, и на какие типы автомобилей.

Что в будущем?

Каковы перспективы рынка ГБО в Украине? В ближайшее время, согласно оценкам, в Украине можно производить перео-

борудование 20-25 тыс. транспортных средств ежегодно и потребности рынка растут. Также наблюдается стабильный рост пропан-бутановых заправочных станций (рост количества метановых заправок тормозит высокая стоимость строительства и невысокий спрос на метан, по сравнению с пропан-бутаном). При желании, заправка может стать стабильным источником дохода для вашей СТО. Стоят они от 20-25 тысяч долларов - стоимость хорошего мотор-тестера.

В целом, можно сказать, что перспективы развития рынка ГБО в Украине хорошие. Постоянный рост числа переоборудованных автомобилей способствует росту количества обслуживающих их СТО. Наполняемость рынка будет сопровождаться ростом использования новых поколений ГБО (которые имеют более высокую стоимость, что повышает стоимость их обслуживания). Также рост количества газовых автомобилей будет способствовать насыщению рынка информацией, что приведет к устранению вышеперечисленных проблем "предвзятого отношения".

Евгений Пашенко

Автор благодарит за помощь в подготовке материала компанию «Мрия Импекс».

Перечень документов, которые необходимо предоставить для получения Заказчиком «Свидетельства о согласовании конструкции ТС и соответствии требованиям безопасности дорожного движения» относительно переоборудования ДТС для работы на газовом топливе.

1. Перечень специального оборудования и аппаратуры, необходимой для переоборудования ДТС для работы на газовом топливе, для ремонта и обслуживания газовой аппаратуры ДТС (оборудование для освидетельствования газовых баллонов, проверки герметичности газобаллонного оборудования, газоаналитическая аппаратура и тому подобное).

2. План производственного (-ых) помещения (-ий), где выполняются работы по переоборудованию ДТС для работы на газовом топливе и работы по ремонту и обслуживанию газовой аппаратуры ДТС. В плане должны быть отмечены адрес и размещение специального оборудования и оснащения.

3. Данные о персонале, который прошел подготовку и учебу касательно особенностей конструкции, переоборудования, ремонта и обслуживания газовой аппаратуры ДТС (копии удостоверений).

4. Техническая документация по переоборудованию ДТС соответствующих моделей с применением соответствующего газобаллонного оборудования (действующие технические условия, инструкции из переоборудования и эксплуатации и тому подобное).

5. Копия "Разрешения на начало работы", предоставленного территориальным управлениям Госнадзора по охране труда, о соответствии предприятия действующим требованиям относительно условий и охраны труда при переоборудовании ДТС для работы на сжатом природном газе (СПГ) или (и) сжиженном нефтяном газе (СНГ).

6. Перечень газобаллонного оборудования, которое будет применяться при переоборудовании ДТС.

7. Перечень моделей ДТС, которые предприятие планирует переоборудовать для работы на газовом топливе.

8. Рабочая документация:

- журнал регистрации договоров и актов выполненных работ по переоборудованию ДТС для работы на газовых топливах;
- журнал регистрации актов принятия - передачи ДТС по форме, приведенной в дополнении № 7 или № 8 к "Правилам государственной регистрации и учета автомобилей ...", утвержденных постановлением Кабинета Министров Украины № 1388 от 17.09.98 г. с изменениями и дополнениями, внесенными постановлением КМУ № 1276 от 18.08.2000 г.

- журнал регистрации заверенных копий "Свидетельств..." и страниц обязательного дополнения, где отмечена соответствующая модель ДТС, газобаллонного оборудования и требования к ее переоборудованию (или копии вывода научно-технической экспертизы);

- журнал регистрации рекламаций (претензий) на предоставленные услуги;
- договор на проведение проверки (определение экологических показателей), если это планируется выполнять в посторонней организации;

- договор на проведение проверки герметичности ГБО ДТС, если это планируется выполнять в посторонней организации.

9. Для проверки соответствия конструкции переоборудованного для работы на газовом топливе ДТС требованиям технической документации и правил ЕЕК ООН № 67 или № 110, № 83, ГОСТ 17.2.2.03-87, ДСТУ 3649-97, ГСТУ 60.2.00011584.011-2001, СТП 10-004-2002 тв СТП 11.2-96 предоставить на квалификационные испытания переоборудованное (-ые) ДТС.

ДТС должно быть: заправлено газом и бензином, технически исправным и отвечать требованиям документов, приведенных в п.9.

АВТОСТАР

Виробництво
та продаж
обладнання
для СТО та
авто-
майстерень



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

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



продаж
в кредит

ПВКФ «Вікторія С»
м. Київ, пров. Куренівський
буд. 19/5, офіс 217 (2 поверх)
тел.: (044) 467-60-70
тел./факс: (044) 467-66-76
e-mail: lotus_vs@ukr.net

Обладнання та професійна автохімія
Системи очистки води



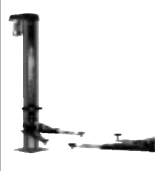

JRatai • COMET
JPR SYSTEM • POLIETYLEN
CLEANVAC

м. Київ, вул. Урицького, 38, тел.: (044) 496-35-01, 599-13-66
e-mail: roman@nimrataj.com, www.nimrataj.com
м. Львів (032) 238-44-07, Вінниця (0432) 43-99-41, Луганськ (064) 263-24-54, Харьков (057) 752-93-23

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

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ АВТОСЕРВИСА И ШИНОРЕМОНТА
Проектирование и комплектация СТО

03067, г. Киев, ул. Выборгская, 75/79, тел.: +38 (044) 501 70 53 (многоканальный)
e-mail: info@tiptop.com.ua, www.tiptop.com.ua



Двухстоечные
подъемники



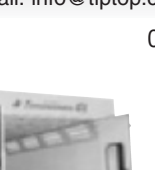
Стенды для
риховки
дисков



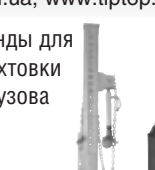
Маслозаменное
оборудование



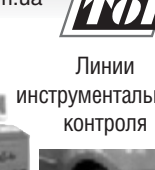
Стенды развал -
схождения



Покрасочные камеры



Стенды для
риховки
кузова



Линии
инструментального
контроля



**СТЕНД ВІБРОАКУСТИЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ
«ДЕЛЬФІН-1М»**

Стенд пред'явлений на сертифікацію по Євростандарту ISO 9001: 2000

Призначений для локалізації джерела
сторонніх звуків в технічних пристроях,
робота яких супроводжується вібрація-
ми. Можна встановити суть та причини
виникнення порушень у бензиновому /
дизельному двигуні, а також ходовій
частині автомобіля.

Гарантія 3 роки. Вартість 43200 грн. в т.ч. ПДВ 7200 грн.



МОТОРТЕСТЕР «ДЕЛЬФІН-МТ»

Прилад є спрощеним варіантом стенду
комплексної діагностики «Дельфін-1М»
і призначений для виявлення дефектів
ДВЗ за такими параметрами: електрична
напруга, тиск у газах та рідинах та ульт-
развукової активності конструкції.

Гарантія 3 роки. Вартість 20400 грн. в т.ч. ПДВ 3400 грн.



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

Застосована авторська, перевірена на практи-
ці, технологія: створюються умови для кавіта-
ції, промивної рідини, мікроскопічні гідроударі
руйнують, а промивна рідина вилучає смоли-
сті відкладення у робочому каналі інжектора.

Патент: N5614 (22) 19.07.2001, (45) 17.12.2001, Бюл. № 11 TV 931 6-31531153.001-
2001. Стенд пред'явлений на сертифікацію по Євростандарту ISO 9001: 2000

Гарантія 3 роки. Вартість «Циклон 4»
6960 грн. в т.ч. ПДВ 1160 грн.,
Вартість «Циклон 4+2» 8040 грн. в т.ч.
ПДВ 1340 грн., Вартість «Циклон 4+4»
9000 грн. в т.ч. ПДВ 1500 грн.



**ДІАГНОСТИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ АВТОСЕРВИСОВ**

- сканеры
- мотор-тестеры
- газоанализаторы
- дымометры
- чип-тюнинг
- стробоскопы
- осциллографы
- имитаторы сигналов
автомобильных датчиков
- устройства для проверки
и промывки топливных систем







ЗАТ «Циклон», м. Луганськ, тел. (0642) 42-79-95, 42-85-28, e-mail: info@cyclon.com.ua, www.cyclon.com.ua

Почему Газ?



Почему переход на газовое топливо становится все более и более популярным? Ответ однозначен: рост цен на нефтепродукты! Газ на сегодняшний день является наиболее удобной, реальной, и, что самое главное, экономически выгодной альтернативой бензину. Рост количества переоборудованных автомобилей - яркий тому пример.

Темпы роста установки газобаллонного оборудования (ГБО) приняли такие масштабы, что даже автопроизводители стали выпускать автомобили, уже на конвейере оборудованные газовой топливной системой. Бурное развитие европейского газового рынка говорит о том, что газ - наиболее перспективный вид топлива в обозримом будущем. ГБО стало настолько популярно, что уже принято говорить о сложившейся "психологии водителя, едущего на газе". Так в чем же дело? Ответ один - эксплуатация газового топлива - это серьезная экономия. Для легковых автомобилей установка ГБО окупается в 1-1,5 года, для коммерческого транспорта - обычно до 1 года.

Преимущества ГБО

У сжиженного нефтяного газа (он же, пропан-бутан) как автомобильного топлива, помимо экономии, есть ряд других преимуществ.

1. Газ имеет более высокое октановое число (больше 100). За счет этого практически исключается явление детонации, что существенно снижает риск повреждения деталей двигателя.

2. Уменьшается износ цилиндро-

поршневой группы. Газ сгорает медленнее, и давление в цилиндрах нарастает не так быстро - в результате ударные нагрузки на детали двигателя меньше, что приводит к увеличению его моторесурса. Это также дает снижение шумности работы двигателя в 2 раза (на 3-8 Дб).

3. Газ не разжижает моторное масло, поэтому немного увеличивается интервал замены масла.

4. Благодаря лучшему смесеобразованию газа с воздухом (по сравнению с бензином) и более равномерному распределению газовой смеси по цилиндру улучшается холостой ход двигателя, он работает мягче и тише.

5. За счет полноты сгорания газа практически не образуется нагар на свечах зажигания, поршнях и клапанах, что продлевает срок их эксплуатации.

6. Очень важно то, что газ - экологически более чистое топливо. Снижается токсичность выхлопных газов. Выброс окиси углерода (CO) снижается в 2-3 раза, окиси азота (NO) - в 1,2 раза, углеводородов (CH) - в 1,3-1,9 раза.

7. Отсутствие катализаторов разрушения металлов. Газ не содержит вредных примесей (свинец, сера), которые на химическом

уровне разрушают детали камеры сгорания, каталитический нейтрализатор и лямбда-зонд.

8. Стабильность агрегатного состояния. Газ поступает в двигатель в паровой фазе, поэтому он не смывает масляную пленку со стенок цилиндров и не разбавляет масло в картере.

9. Минимальная амортизация. При правильной эксплуатации оборудования межремонтный период до замены резинотехнических изделий составит не менее 5 лет. Более того, многие детали газовой аппаратуры могут быть переустановлены на другой автомобиль, продолжая служить еще долгое время.

Минусы ГБО

Идеального топлива пока еще не придумали, поэтому и у газа есть несколько недостатков.

Первый - потеря мощности за счет меньшей скорости сгорания газа. Хотя стоит отметить, что в четвертом поколении ГБО потери мощности уже нет. На предыдущих поколениях при правильной настройке потеря мощности практически незаметна (до 3-5%). А в некоторых случаях вообще удается достичь улучшения динамики по сравнению с работой двигателя на бензине! Но это отдельные случаи, и все зависит от конкретного автомобиля.

Второй недостаток - баллон занимает место в багажнике, и с этим приходится мириться. Хотя это касается только легковых автомобилей. И общее для всех: баллон (или баллоны - для коммерческого транспорта) утяжеляет автомобиль.

Третий - на газе вредно, а то и невозможно, завестись в холодную погоду. В принципе, двигатель может завестись, но это



В некоторых случаях баллон удается спрятать, и тогда багажник остается свободным.

снижает срок службы диафрагмы редуктора. Поэтому лучше запускать автомобиль на бензине, но уже при температуре двигателя около 40°C можно переключаться на газ. В четвертом поколении ГБО газовый ЭБУ делает это автоматически.

Четвертый - необходимо чаще менять воздушный фильтр. Забитый воздушный фильтр пропускает меньше воздуха, а ГБО очень чувствительно к изменению его концентрации, потому что для горения газа необходима большая концентрация воздуха, чем для горения бензина.

«Мифы» о газовом оборудовании

По поводу мифов, в первую очередь, хочется сказать, что все они "родом" из 1990 года, когда в СССР благополучно провалилась программа газификации коммунального транспорта. То есть, сразу возникают серьезные сомнения по поводу их актуальности сегодня. А их распространенность можно объяснить только недостаточной информированностью автовладельцев.

Итак, миф первый: "клапаны прогорают". Речь идет о том, что в момент открытия выпускных клапанов газо-воздушная смесь в цилиндре еще продолжает гореть и, как следствие, должен происходить перегрев выпускных клапанов. Но фактически этого еще никто не подтвердил. По сути, клапаны прогорают, если совсем не проводить ТО. Но в таком случае причем тут газ?

Миф второй: установка системы газового питания ведет к увеличению риска возгорания автомобиля. Риск возгорания остается таким же, как и при езде на бензине. Регулярные ТО позволяют избежать серьезных проблем из-за неисправности системы.

Однако не это является главным предметом споров. Говорят, как правило, об опас-

К вопросу о безопасности ГБО и газовых баллонов. Как правило, их устанавливают в наименее уязвимых и статистически реже повреждаемых местах автомобиля. Фирма BMW на основе фактических данных рассчитала вероятность поражения и конструктивного разрушения корпуса автомобиля. Результаты расчетов свидетельствуют, что вероятность разрушения корпуса автомобиля в зоне расположения баллонов составляет 1-5%.

Американские ученые рассчитали вероятность возгорания автобусов, работающих на природном газе, при заправке в закрытом помещении. Их вывод: если 25% пассажирских газобаллонных автобусов США, т. е. примерно 14 тысяч единиц, будут работать на сжатом природном газе и каждый из них будет заправляться газом 300 раз в год, вероятность возгорания составит 1 раз в период 35-74 лет.

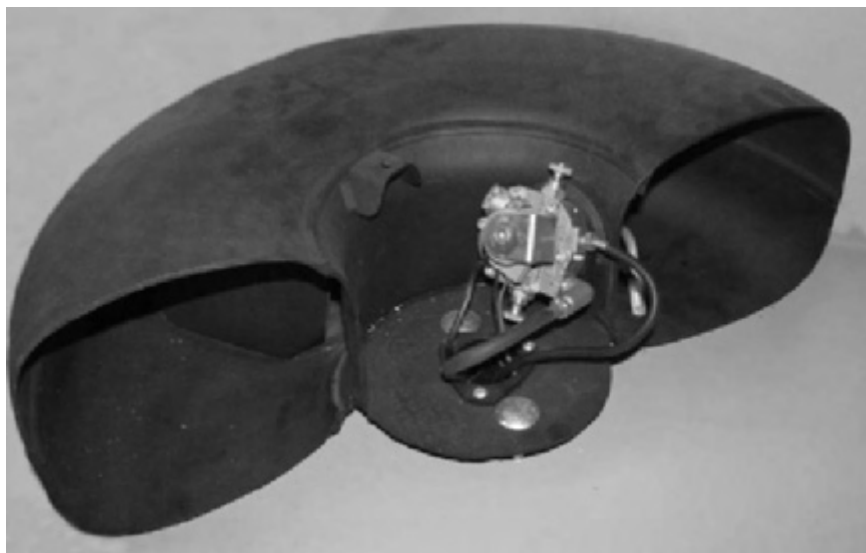
Представляет интерес статистика, накопленная Американской газовой ассоциацией. В течение 10 лет эксплуатации 2400 автомобилей, работающих на газовом топливе, имели суммарный пробег 280 млн. километров. За это время с ними произошло 1360 столкновений. В 180 случаях удар приходился в зону расположения газовых баллонов, но ни один баллон не был поврежден. В пяти случаях было зарегистрировано воспламенение бензина.

ности размещения газового баллона в багажнике, рисуя страшные картины последствий взрыва. На самом деле, газовый баллон способен выдержать сильнейший удар. Перед запуском в производство баллоны проходят множество испытаний на прочность (на устойчивость к разрушению при падении с высоты, прострелу из огнестрельного оружия, воздействию экстремальных температур, открытого пламени, кислоты). Разрушение же баллона может произойти лишь в той ситуации, когда водителю и пассажирам будет, увы, безразлично, что произойдет с ними и с автомобилем после удара. Например, после наезда грузового состава, движущегося со скоростью в 80 км/ч, на неподвижно стоящий автомобиль. Обрыв магистральных трубок тоже не вызовет пожароопасной утечки, так как подача газа моментально блокируется мультиклапаном. Подтверждением вышесказанного могут служить газовые баллоны, демонтированные с попавших в серьез-

ные аварии автомобилей. Если же все это вас еще не убедило, то просто подумайте о том, что в Европе очень высокие требования к безопасности водителя, поэтому использование опасного для жизни оборудования просто не разрешили бы!



Некоторые станции предоставляют сервисную книжку с подробной инструкцией и метками о ТО.



Все баллоны изготовлены из листовой стали толщиной 5-6 мм и проходят ряд испытаний на прочность.

Стоит также помнить, что пропан-бутановая смесь, используемая в большинстве автомобилей, в обычных условиях тяжелее воздуха, что предотвращает образование газо-воздушной смеси, а точка воспламенения этой самой смеси выше, чем у смеси паров бензина с воздухом. Бензин в смеси с воздухом загорается при концентрации 1,5%, в то время как газ - только при 1,8-2,4%.

Если внимательно изучить обсуждения газобаллонного оборудования на автомобильных форумах, то можно найти еще множество претензий к работе ГБО, однако, как показывает практика, на 99% они вызваны неправильной эксплуатацией (лицензированные установщики в обязательном порядке проводят подробный инструктаж) или отсутствием элементарных знаний о газобаллонном оборудовании.

Евгений Пашенко

ГБО компоненты и технология



Газобаллонное оборудование, на первый взгляд, кажется несложным. Но сами установщики говорят, что, даже проработав с ГБО не один год, они не знают всего. Начать знакомство стоит с основных компонентов, технологии работы и так называемых поколений ГБО.

Поколения ГБО

По принципу работы применяемые в настоящее время газовые системы можно разделить на четыре поколения.

Первое поколение. Механические системы с вакуумным управлением, которые устанавливаются на бензиновые карбюраторные автомобили.

Второе поколение. Механические сис-

темы, дополненные электронным дозирующим устройством, работающим по принципу обратной связи с датчиком содержания кислорода (лямбда-зонд). Они устанавливаются на автомобили, оснащенные инжекторным двигателем и каталитическим нейтрализатором отработавших газов.

Третье поколение. Системы, обеспечи-

вающие распределенный синхронный впрыск газа с дозатором-распределителем, который управляется электронным блоком. Газ подается во впускной коллектор с помощью механических форсунок, которые открываются за счет избыточного давления в магистрали подачи газа.

Четвертое поколение. Системы распределенного последовательного впрыска газа с электромагнитными форсунками, которые управляются более совершенным электронным блоком. Как и в системе предыдущего поколения, газовые форсунки устанавливаются на коллекторе непосредственно у впускного клапана каждого цилиндра.

Однако на просторах бывшего СССР с этой классификацией произошла необъяснимая метаморфоза. Нераспространенное и неприжившееся третье поколение исчезло, а первое и второе поднялись на ступеньку выше, став вторым и третьим соответственно. Это хорошо видно на схеме.

Общемировая классификация	«Наша» классификация
4 поколение	4 поколение
3 поколение	3 поколение
2 поколение	2 поколение
1 поколение	отсутствует

С точки зрения автора, чтобы избежать путаницы, удобнее применять наименования газобаллонных систем по аналогии с бензиновой топливной системой.

"Газовый карбюратор" соответствует первому поколению.

"Лямбда-контроль" соответствует второму поколению.

"Газовый инжектор", он же "газовый впрыск" соответствует четвертому поколению.

Это те поколения, которые можно установить в Украине. Но в Европе давно используется так называемое пятое поколение, в котором газ в двигатель поступает непосредственно в цилиндры в сжиженном состоянии, где моментально испаряется. Электронный блок управления таких систем тесно согласовывает свою работу



Данные, получаемые ЗВУ с лямбда-зонда, — основа работы ГБО второго поколения.



В четвертом поколении за подачу газа отвечает свой собственный ЗВУ.

с бортовой системой EOBD. Но на постсоветском пространстве такие системы пока не устанавливаются. Это вызвано в первую очередь низким качеством газа и дороговизной данных систем. Велика вероятность того, что на нашем газе такая система просто откажется работать. Пока что подобные технологии являются далекими перспективами для рынка ГБО Украины.

Теперь о поколениях поподробней. Начиная с баллона и до газового клапана все системы одинаковы. Газовый баллон, запорное устройство, мультиклапан, запорный и расходный трубопроводы и газовый клапан - все это повторяется в каждом поколении ГБО. Но после начинаются различия.

Минимальные отличия появляются в редукторе. Для первого и второго поколений он выполняет не только функцию понижения давления, но и грубое дозирование поступающего газа. В четвертом поколении редуктор только понижает давление газа. На участке после редуктора сходства заканчиваются окончательно.

Главное отличие систем "газовый карбюратор" и "лямбда-контроль" в том, что в них газ из редуктора поступает в смеситель, установленный между воздушным фильтром и дроссельной заслонкой (для карбюраторных автомобилей возможна непосредственная врезка газовых штуцеров в карбюратор). А различие между ними - в способах регулировки подачи газа. В первой системе регулирование поступления газа в смеситель производится механически. Это делается с помощью дози-

тора, который представляет собой кран, изменяющий при повороте проходное сечение. Во второй используется электронный дозатор, который регулирует подачу газа и управляется электронным блоком. ЭБУ получает информацию от лямбда-зонда, датчика положения дроссельной заслонки и датчика оборотов двигателя, формируя на ее основе управляющий сигнал шаговому электродвигателю, который постоянно изменяет регулировку подачи газа через дозатор.

Отличаются эти системы и методом настройки работы двигателя. В системе "газовый карбюратор" выставляется усредненное положение дозатора, при котором двигатель работает нормально (дозаторами с двойной регулировкой можно регулировать газ по-разному для первичной и вторичной камер карбюратора). Это положение определяется с помощью газоанализатора. Положение дозатора при езде остается постоянным, и за окончательную регулировку смеси отвечает редуктор. Система "лямбда-контроля" настраивается с помощью компьютера. В процессе езды в различных режимах изменяются настройки блока управления дозатором. Главным отличием является то, что во время работы двигателя дозатор работает и в зависимости от сигналов ЭБУ меняет регулировку подачи газа.

Совсем иной принцип работы у "газового инжектора". В этой системе смеситель отсутствует, а газ подается через газовые форсунки, которые работают аналогично

бензиновым. Сигналы на срабатывание форсунок (определяющие количество впрыснутого газа) поступают от электронного блока управления ГБО. При этом для работы на газовом топливе газовый блок управления пересчитывает параметры, поступающие от штатного ЭБУ. Большим плюсом этого поколения является то, что ЭБУ автоматически переключает автомобиль в режим потребления газа после достижения необходимой температуры двигателя. Процесс настройки выполняется с помощью диагностического оборудования.

Основные компоненты

В комплект ГБО входят: газовый баллон, выносное запорное устройство, мультиклапан, вентиляционная коробка, запорный и расходный трубопроводы, электромагнитные клапаны (газовый и бензиновый), смеситель газа, редуктор, электронный блок управления.

Компоненты ГБО, которые находятся в багажном отделении.

Автомобильный газовый баллон - емкость для сжиженного нефтяного газа. Баллоны бывают цилиндрические и тороидальные (для ниши под "запаску"). По правилам техники безопасности заполняются не более чем на 80% от полного объема.

Выносное запорное устройство (ВЗУ) - служит для безопасного подсоединения запорного шланга при заправке баллона газом. Обычно врезается в задний бампер.

Вентиляционная коробка - крепится на горловину цилиндрического баллона. Внутри нее помещается наружная часть мультиклапана. В случае утечки газа из баллона вентиляционная коробка отводит его пары из багажного отделения наружу.

Мультиклапан (блок арматуры баллона) - монтируется в горловину баллона. Включает в себя запорный и расход-



Обычно для настройки работы ГБО используют ноутбук с необходимым программным обеспечением.



Вентиляционная коробка - один из элементов системы безопасности ГБО.

ный клапаны, указатель уровня газа и заборную трубку. Специальный скоростной клапан перекрывает утечку газа при аварийном повреждении газовой магистрали. На нем также может монтироваться датчик уровня газа в баллоне.

Переключатель "газ-бензин" - устанавливается в салоне автомобиля и служит для переключения между видами топлива. Есть переключатели, на которых с помощью светодиодов показывается уровень газа в баллоне.

Газовый клапан - служит для перекрытия газовой магистрали при стоянке или работе двигателя на бензине. Снабжен фильтром для очистки топливной смеси.

Бензиновый клапан - отсекает подачу бензина при работе двигателя на газу.

Редуктор - служит для испарения и снижения давления газа до величины, близкой к атмосферному давлению. Он врезаются в контур охлаждающей системы для подогрева, чтобы компенсировать резкое охлаждение при испарении пропан-бутана.

Фильтр тонкой очистки - производит очистку газа от мелких взвесей и примесей (первичную грубую очистку выполняет редуктор).

Электронный блок управления (только для системы "лямбда-контроля") - регулирует положение дозатора подачи газа на основании показателей работы лямбда-зонда.

Смеситель - используется для образования газо-воздушной смеси.

Для системы "газовый инжектор".

Газовый клапан, редуктор и фильтр тонкой очистки.

Электронный блок управления - на основании показаний датчиков и сигналов со штатного блока управления определяет время открывания-закрывания газовых форсунок и выполняет полный контроль процессом работы на газовом топливе.

Инжекторная планка с форсунками - служит для подачи газа в коллектор.

Сжиженный нефтяной газ под давлением поступает из баллона в газовую магистраль высокого давления. Расход газа из баллона происходит через мультиклапан, через который также осуществляется заправка с помощью выносного заправочного устройства. По магистрали газ в жидкой фазе попадает в газовый клапан с фильтром, который очищает

газ от взвесей и смолистых отложений и перекрывает подачу газа при выключении зажигания или при переходе на бензин. Далее очищенный газ по трубопроводу поступает в редуктор-испаритель, где давление газа понижается с шестнадцати атмосфер до одной. Интенсивно испаряясь, газ охлаждает редуктор, поэтому последний присоединяется к системе водяного охлаждения двигателя. Циркуляция охлаждающей жидкости позволяет избежать обмерзания редуктора и его мембран. После этого газ попадает либо в смеситель (под действием разряжения, создаваемого во впускном коллекторе, и там смешивается с воздухом), либо подается на газовые форсунки, которые осуществляют впрыск. Первая схема работает в системах "газовый карбюратор" и "лямбда-контроль", а газовые форсунки устанавливаются в системе "газовый инжектор". Управление режимами работы происходит автоматически (в четвертом поколении) или с помощью переключателя "газ-бензин" (для предыдущих поколений).

Автор благодарит за помощь в подготовке материала Виктора Горностаева, коммерческого директора компании "Автогаз Украина Групп", www.gbo.com.ua



Передовые технологии дешевого тепла

Отработанные масла представляют собой серьезную опасность для окружающей среды и потому должны проходить утилизацию или переработку. Минимальный ущерб для природы и здоровья людей при значительной финансовой выгоде - таковы аргументы за использование отработанных масел в системах отопления Clean Burn.

Ежегодное потребление моторных масел в мире составляет примерно 42 млн. тонн, в то время как только 10-15 млн. тонн используется повторно. По прогнозам, к 2020 году число автомобилей увеличится вдвое по сравнению с нынешним количеством, что повлечет существенное увеличение использования смазочных материалов. Это при современной ситуации на рынке технологий по переработке ведет к тому, что отработанные масла становятся одной из самых острых экологических проблем. Ведь всего один литр отработанного масла делает непригодными для питья до 1 млн. (!) литров грунтовой воды. Другая весьма весомая причина развития индустрии по рациональному использованию отработанных масел - ограниченные запасы нефти.

Американская компания Clean Burn - стро-

гий защитник окружающей среды и сбережения энергии. Отопительные системы Clean Burn избавляют от излишних затрат на хранение, транспортировку и утилизацию отработавших масел, следовательно, помогают избежать возможного загрязнения почвы и водных запасов. Оборудование Clean Burn, одобренное во всех странах мира, а также организацией УкрСЕПРО и госнадзором труда Украины, превращает отработку в ценное топливо, таким образом, сберегая природные энергетические запасы.

Оборудование Clean Burn позволяет превратить 1 литр отработки в 10 кВт тепловой энергии. При сегодняшней стоимости отработки (в зависимости от качества, количества и региона) 0,2-0,6 грн./литр, анализ экономической выгоды от использования отработки, газа и электроэнергии

показывает, что затраты в данное время на получение 1 кВт тепловой энергии составляют 0,063 грн. на отработку, 0,076 грн. на газ и 0,545 грн. на электроэнергию.

Если предприятие имеет собственные накопления отработанных масел, тогда экономическая выгода использования их в качестве сырья для отопления очевидна, и окупить оборудование Clean Burn можно уже за один-два отопительных сезона.



ЧП «СВ ДАЛС»

г. Черновцы, ул. Русская, 86/5

тел.: **(0372) 52-75-96, (050) 434-37-75**

факс: **(0372) 51-28-49**

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

ОСЕННЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ !!!

- Покрасочно-сушильные камеры
- Рихтовочное оборудование
- Линии инструментального контроля
- Подъемное оборудование
- Шиноремонтное оборудование
- Смазочно-заправочное оборудование
- Компрессоры и пневмоинструмент
- Слесарный инструмент



КОМПЛЕКТ ШИНМОНТАЖ - БАЛАНСИРОВКА
- 2900 € (SMEC, ИТАЛИЯ)



ЛИНИЯ ИНСТРУМЕНТАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ -
15 400 € (CARTEC, ГЕРМАНИЯ)



СТО ПОД КЛЮЧ
• МОНТАЖ
• СЕРВИС



ПОКРАСочно-СУШИЛЬНАЯ КАМЕРА -
16 500 € (NORM VERTA, ИТАЛИЯ)

03124, г. Киев, пер. Радищева, 3, т/ф: (044) 408-5177, 206-2031
www.radial.com.ua, e-mail: radial@svitonline.com

ГАЗОБАЛЛОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

**АВТО ТЕМ
Арника**

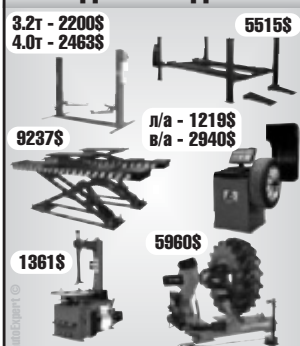
Газобаллонное оборудование TOMASETTO, LOVATO.
Системы впрыска газа DIEGO, AGIS.
Баллоны STAKO.

ООО «Арника-Автотема»

тел.: (044) 517-43-10, 517-08-29

Киев, ул. Луначарского, 22-6, avtotema@i.com.ua

ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ СТО



* ціни в грн. по курсу НБУ
тел.: (044) 401-50-50, (056) 743-56-02

AutoExpert



**ОБЛАДНАННЯ
ДЛЯ КОМП'ЮТЕРНОЇ
ДІАГНОСТИКИ**

м. Кіровоград,
тел.: (0522) 34-59-74,
e-mail: auto_expert@mail.ru

Актуальные вопросы о газобаллонном оборудовании

Стоит ли вообще ставить ГБО?

Однозначного ответа на этот вопрос нет. Надо проводить расчет в каждом конкретном случае. Необходимо знать стоимость установки оборудования, прикинуть ее окупаемость, с учетом того, что, как правило расход газа немного больше расхода бензина. Существует общее мнение, что если ежегодный пробег меньше 10000 км, то ставить ГБО точно не стоит.

Как отличается расход газового топлива от расхода бензина?

В зависимости от режима эксплуатации, времени года и процентного соотношения газов в смеси пропан-бутан, расход газового топлива может быть больше, чем расход бензина, на 5-10%.

На какое давление рассчитан автомобильный газовый баллон?

Газовый баллон автомобиля предназначен для заполнения сжиженным газом при температуре его поверхности от -40 до +45° С. Баллон рассчитан на максимальное рабочее давление 1,6 МПа (минимальное давление, при котором сохраняется работоспособность двигателя, равно 0,2 МПа).

Сколько газа входит в баллон при заправке?

Основное правило безопасности заключается в том, что баллон должен быть заполнен не более чем на 80% своего объема, остальное пространство заполнит образующаяся паровая подушка, за счет которой при нагревании объем жидкого газа увеличивается, не вызывая опасного увеличе-

ния давления в баллоне. На практике давление газа находится в пределах 0,2 - 1 МПа.

Какие бывают баллоны?

Баллоны бывают двух видов - цилиндрические и тороидальные. При наличии времени и денег можно подобрать баллон практически любой емкости. Тороидальные баллоны, как правило, небольшого объема. Их полезный объем, как правило не более 40 литров. Хотя приходилось видеть тороидальный баллон, установленный под днищем багажника на Toyota Landcruiser. (фото 1)

Можно ли ставить на инжекторный автомобиль систему "газовый карбюратор"?

Можно, если в автомобиле металлический впускной коллектор. Такая практика широко распространена в Украине (нет пределов экономии!), особенно это касается бюджетных автомобилей типа Daewoo Lanos, Chevrolet Aveo и других. При этом отпадает необходимость в бензиновом клапане, но необходимо установить эмуляторы форсунок и лямбда-зонда. Они "обманывают" ЭБУ, имитируя работу штатной топливной системы и лямбда-зонда. Заметим, что в Европе такие системы уже не устанавливаются

и вообще запрещены. Причины несколько: в соответствии с нормами Еуро 4 в конструкции автомобиля запрещено использование эмуляторов и эти системы технически несовершенны (в том числе подвержены "обратным хлопкам").

Что такое "обратный хлопок" и каковы его причины?

"Обратный хлопок" - возгорание газа во впускном коллекторе. "Обратный хлопок" характерен для автомобилей с системой "лямбда-контроль". В ГБО четвертого поколения такой проблемы нет (исключение - поломка компонентов двигателя). Возможны следующие причины: слишком бедная смесь (неправильная настройка редуктора, дозатора или подсос воздуха), неисправность одной или более свечей, слишком большой зазор в свечах, неисправность высоковольтного провода, позднее зажигание, неисправность клапанного механизма. Кстати, из-за "обратных хлопков", на автомобилях с пластиковым коллектором ставится только ГБО четвертого поколения.

Чем объясняется ухудшение динамики газобаллонного автомобиля?

Возможны следующие причины: неправильная настрой-

ка редуктора или дозатора, неисправность редуктора, засорен фильтр в газовом электроклапане, слишком низкая температура для данного состава газа (это характерно для зимних условий эксплуатации), низкая температура редуктора (плохой проток охлаждающей жидкости, недостаточный уровень ее в системе и как следствие - переобогащение смеси).

Почему автомобиль плохо заводится на газе?

Для электронных редукторов причины следующие: неправильная регулировка (убавлена чувствительность), неисправность редуктора (негерметичность диафрагмы второй ступени), неисправность разрешающего электроклапана (замкнутые витки, заедание якоря), неисправность блока электроники (не дает пуск газа при включении, дает слишком мало газа при включении), неисправность стартера ("просаживает" напряжение при работе, отчего не включаются электроклапаны), неисправность двигателя (износ цилиндропоршневой группы). Для вакуумного редуктора добавим недостаточность разрежения во впускном коллекторе вследствие подсоса, износа поршневой группы, неисправности стартера.

Что такое "конденсат"?

Конденсат - это добавка к газовому топливу. Сам по себе пропан-бутан не имеет запаха. Для того чтобы сразу были заметны утечки, в газ добавляется сильнопахнущий реактив метилмеркаптан. Он и придает газу его неповторимый аромат. Кроме сильного запаха, он плохо испаряется. Поэтому

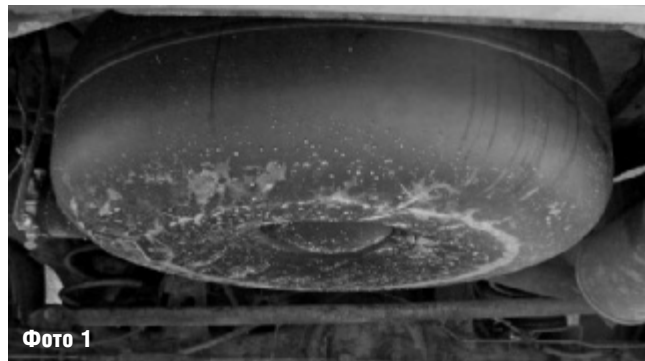


Фото 1

имеет свойство накапливаться в виде маслянистой жидкости в редукторах и ее надо периодически удалять.

Что такое "отсечка"?

Отсечка - это свойство мультиклапана ограничивать количество заправляемого в баллон газа. Дело в том, что газ в баллоне имеет свойство расширяться при повышении температуры. По технике безопасности газом наполняется 80% емкости баллона. Отсечка и ограничивает количество заправленного газа.

Нужна ли вентиляция мультиклапана?

Вентиляция обязательно нужна! В комплекте с мультиклапаном устанавливается и система вентиляции. Смысл ее в том, что в случае утечки газа из баллона в районе мультиклапана или в случае утечек из соединения трубок с мультиклапаном, эта утечка сразу выводится за пределы автомобиля. Для этого трубки заключены в толстые гофрированные шланги. Один конец этих шлангов закреплен на вентиляционной коробке мультиклапана, а другой на специальной втулке, которая одним концом находится снаружи автомобиля.

Как часто менять воздушный фильтр при езде на газе?

Любое ГБО более чувствительно к чистоте воздушного фильтра по сравнению с ез-



дой на бензине. Поэтому рекомендуется менять воздушный фильтр чуть чаще, чем при езде на бензине. Допустим, не через каждые 15000 км, а через 10000-12000 км. Если расход газа Вашего автомобиля увеличился, то попробуйте проверить воздушный фильтр.

Зачем производится обмыливание соединений?

Для проверки герметичности газовых соединений. Мыльный раствор (есть специальные препараты, но можно приготовить из подручных моющих средств) кисточкой или губкой наносится на места соединений. Для нормальной эксплуатации и в целях профилактики рекомендуется обмыливать все соединения раз в месяц, но в принципе, это входит в ТО.

Куда лучше ставить ВЗУ?

Первый - это наружный, то есть или под бампером (фото 2) или врезанный сразу в бам-

пер (импортные ВЗУ предназначены именно для этого).

Второй способ - это крепление ВЗУ внутри багажника.

Третий способ - ВЗУ находится на конце гибкого шланга длиной примерно 1-1,5 метра. Другой конец этого шланга закреплен на мультиклапане. Но учтите, что давление в этом шланге может быть до 15 атмосфер, так что нужен хороший шланг.

Влияет ли наличие ГБО на работу на бензине?

Ответ на этот вопрос однозначен - правильно установленное оборудование никак не влияет на работу на бензине. Если это не так, то надо мучить установщиков!

ГБО на турбированный двигатель?

Вопреки массовому мнению ГБО можно ставить на турбированные двигатели, но только инжекторное (четвертого поколения). Ему не важно как сильно идет воздух в мотор,

оборудование само впрыснет столько газа, сколько нужно.

Чем грозит самостоятельная установка ГБО?

Самостоятельная установка ГБО грозит ошибками в установке, что негативно скажется на безопасности, деталях вашего автомобиля и сложностью получения техосмотра.

ГБО и свечи зажигания?

Иногда распускаются слухи, что для газа нужны свечи, отличные от обычных, некоторые фирмы даже делают свечи с надписью LPG (типа для газа). Но опыт показывает, что для езды на газе подходят обычные свечи.

Что такое переходники для заправки?

Речь пойдет о заправочных пистолетах, которые соединяются с ВЗУ. Практически на всех газовых заправках бывшего СССР заправочные пистолеты одинаковы. Им нужна ответная часть в виде буквы "Т", причем пистолет фиксируется за верхнюю часть этой буквы "Т". В других странах пистолеты могут быть другими, поэтому существуют переходники. Поэтому если Вы собираетесь ехать на газе за пределы СНГ - узнайте, какие там заправочные пистолеты и купите нужный переходник.

При подготовке статьи были использованы материалы сайта www.alexdcar.narod.ru

ГАЗОБАЛЛОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

LANDI RENZO
Италия

1
за день
КРЕДИТ

Пропан, метан



ASTRON
www.astron-auto.com.ua

**ОПТОВАЯ ПРОДАЖА
МОНТАЖ**



ГАЗОВИК

Установка 4-го поколения
(распределенный впрыск)
на все типы автомобилей

Киев (044) 272-24-48, 536-08-66
 Полтава (0532) 67-31-70
 Запорожье (0612) 20-19-34
 Нетишин (03848) 3-15-60

www.autogas.com.ua

Всё для авто на газе!!!

МРІЯ Профессионалам
и любителям

autogas@autogas.com.ua (044) 467-66-50, 467-52-20

Магазин газобаллонного оборудования

Переоборудование автомобилей для работы на газе

ООО «Газовик»
т./ф.: (044) 239-13-00
info@gazovik.kiev.ua
www.gazovik.kiev.ua



ГАЗОВИК



Современные технологии в диагностике аккумуляторных батарей

Совершенству нет предела - верное утверждение. В этом убеждаешься, глядя на развитие современных технологий, концентрирующихся все больше в многофункциональных устройствах.

При диагностике электрооборудования и аккумуляторной батареи механики, в основном, обходятся "прожиточным минимумом" - вольтметр, амперметр, ареометр и - лампочка. С ними никак не убедишь разъяренного клиента в работоспособности батареи или необходимости ремонта электросети. И так случается каждый день по несколько раз, особенно, в зимний сезон. Выход в таких ситуациях - использовать современные технологии с целью экономии средств, времени и нервов. Уже сегодня они предлагают в распоряжение автомехаников:

- цифровые анализаторы аккумуляторных батарей и электрооборудования автомобиля, диагностирующие аккумуляторы 6В, 12В, 24В, системы электрооборудования 12В, 24В, с возможностью анализа глубоко разряженных АКБ;
- нагрузочные тестеры для аккумуляторных батарей 6В, 12В для проверки степени заряженности АКБ, вероятности короткого замыкания, проверки системы зарядки и состояния стартера; со встроенными сигнализаторами окончания теста;
- многопостовые зарядные устройства - от 4-х независимо управляемых автоматических постов, для зарядки всех типов батарей;
- отдельного упоминания заслуживают

мультитестеры с возможностью амперметра, вольтметра, омметра и частотомера в различных эксплуатационных режимах;

- специализированные наборы для аккумуляторщиков, сочетающие в себе инструменты и приборы для диагностики, обслуживания и ремонта батарей;

- очень актуальные в холодное время года кабели-прикуриватели, оснащенные индикатором полярности или же допускающие автоматическую установку полярности при подключении зажимов к клеммам.



Существуют также приборы, предназначенные для специализированных сервисов и магазинов, для предпродажной подготовки аккумуляторных батарей. К примеру, цифровой анализатор АКБ со встроенным принтером позволяет определить основные параметры батареи, вывести состояние в процентах к норме и предоставить точный результат в виде чека.

Современными технологиями предусматривается создание комфортных условий и автомобилисту. Для этого существуют вольтметр, отражающий актуальное состояние бортовой сети, и блок питания бортового компьютера. Последний подключается к прикуривателю, обеспечивает необходимую энергию компьютеру автомобиля на время демонтажа аккумуляторной батареи во избежание потери запрограммированных настроек.

Все вышесказанное относится к продукции компании DHC ("Ди-Эйч-Си"), специализирующейся на производстве приборов и аксессуаров для обслуживания, диагностики и ремонта аккумуляторных батарей и электрооборудования транспортных средств. Приборы DHC - это миникомпьютеры, предназначенные для повышения точности и комфортности работы.

Ознакомиться с приборами можно на демонстрационном стенде Киевского представительства **АЗ «ТИТАН»**: ул. Оранжевой, 1, тел./факс: **(044) 494-33-13**, e-mail: dhc@titanbattery.com.ua, www.titanbattery.com.ua

Приборы и аксессуары для обслуживания АКБ

В Киеве начал функционировать демонстрационный стенд приборов и аксессуаров для аккумуляторов тайваньской компании DHC ("Ди-Эйч-Си"), специализирующейся на производстве приборов, инструментов и аксессуаров для диагностики, обслуживания и ремонта АКБ.

На стенде представлены новейшие разработки под маркой DHC: нагрузочные тестеры для аккумуляторных батарей и систем зарядки, многофункциональные зарядные устройства (в том числе многопостовые), цифровые анализаторы аккумуляторов и электрооборудования (в том числе с встроенным принтером), кабели-прикуриватели с индикацией правильности подключения, аксессуары для обслуживания аккумуляторных батарей. В ассортименте DHC также присутствуют специальные приборы, в частности - специальный блок питания, обеспечивающий необходимую энергию компьютерной системе автомобиля на время демонтажа аккумуляторной батареи во избежание потери запрограммированных настроек.

Ознакомиться с продукцией DHC можно в офисе киевского представительства Аккумуляторного завода "ТИТАН".

г. Киев, ул. Оранжевой, 1, тел.: (044) 494-33-13
e-mail: dhc@titanbattery.com.ua, www.titanbattery.com.ua



Широкий выбор оборудования для автосервиса

**Мы продаем только то, что производим
или то, в чем абсолютно уверены**

Все для шиномонтажной мастерской

- Стенды развал-схождения
- Компрессоры, пневмоинструмент
- Автомойки
- Подъемники, траверсы, домкраты
- Диагностическое оборудование
- Профессиональный инструмент

KOMTECH

Украина, г. Донецк, пл. Конституции 1, Дом быта «Кальмиус»
тел/факс: (062)305-37-02, www.comtech.com.ua, e-mail: mail@comtech.com.ua

Обладнання для автосервісу і автомийок

ВЕКТОР®

Брошура
«Організація мийки
автомобілів» - 25 грн

Станція очищення та рециркуляції води
для автомийок **НЕПТУН-555**
Мінімальна ціна - від 12930 грн
(без адаптера та шеф-монтажу)

ПП «Пікассо», ПП Павляк
м. Черкаси, вул. Хоменка, 7
тел.: (0472) 63-54-04, 633-544
(050) 313-62-94, (050) 313-29-98
e-mail: vector@uch.net, http://vector.uch.net

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

Автосервисное оборудование. Прайс-листы

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
ПІДЙІМАЧІ			
2-ст., 3,2 т, ел.-мех.тросова синхронізація, RAV, Італія	3200 Euro	(044) 541-03-68	1
2-4 ст., 3-20 т, AGM, Італія		(044) 286-61-04	16
2-ст., 2,7 т	2500 Euro	(044) 206-60-06	2
2-ст., 2,7 т, ел.-мех., 1,8 м, з основ., Zavagli Santi Z-41, Італ.		(044) 467-60-70	9
2-ст., 3 т	від 12900 грн	(0472) 41-70-37	6
2-ст., 3 т гідролічний, Ever	від 11500 грн	(044) 401-50-50	11
2-ст., 3 т, 4 т, 5 т, електричні, Mondolfo Ferro, Італія	від 2300 Euro	(044) 501-70-53	19
2-ст., 3 т, гідролічний	2350 Euro	(044) 245-77-58	4
2-ст., 3 т, ел.-гідролічний, Китай	2200 Euro	(0472) 35-27-36	15
2-ст., 3 т, ел.-мех., 1,8 м, 2 дв., «чис.підлога», Lotus, Укр.		(044) 467-60-70	9
2-ст., 3 т, ел.-мех., AGM, Італ.	3230 Euro	(044) 254-21-04	16
2-ст., 3 т, л. гідроліч., AM, Чехія	3000 Euro	(0322) 99-19-53	25
2-ст., 3,1 т., гідр., Rotary, США	3415 Euro	(044) 494-27-43	4
2-ст., 3,2 т, гідролічний	3050 Euro	(044) 494-27-43	4
2-ст., 3,2 т, OMA, Італія	3550 Euro	(044) 494-27-43	4
2-ст., 3,5 т	2 800 Euro	(044) 206-60-06	2
2-ст., 3,5 т, гідр., США, Rotary.	3500 Euro	(044) 451-43-99	22
2-ст., 3,5 т, ел.-гідрол. Launch, Китай	2390 у.о.	(044) 541-03-68	1
2-ст., 3 т, AGM, Італія		(044) 286-61-04	16
2-ст., 3,5 т, ел.-мех., 1,8м, з основ., Zavagli Santi Z - 51, Італ.		(044) 467-60-70	9
2-ст., 3,6 т, ел.гідроліч., AM, Чехія	3200 Euro	(0322) 99-19-53	25
2-ст., 4 т, Rotary, США	4 225 Euro	(044) 245-77-58	4
2-ст., 4 т, гідролічний	2500 Euro	(044) 494-27-43	4
2-ст., 4 т, ел.-гідрол., Launch, Китай	2900 у.о.	(044) 541-03-68	1
2-ст., 4 т, ел.-мех., вис. підйом. 1,85 м, 2 дв., АП-4, Укр.		(044) 467-60-70	9
2-ст., 4 т, л. гідроліч., AM, Чехія	3400 Euro	(0322) 99-19-53	25
2-ст., 4 т, МАХА, Німеччина	3800 Euro	(044) 494-27-43	4
2-ст., 4,5 т, ел.-гідрол., AGM, Італія	4800 Euro	(044) 541-03-68	1
2-ст., 5 т, ел.-гідрол. AGM (Італія)	6200 Euro	(044) 541-03-68	1
2-ст., 5,5 т, л. гідроліч., AM, Чехія	4400 Euro	(0322) 99-19-53	25

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
2-ст., від 3 т, ел.-гідр., AGM, Італія	3300 Euro	(044) 467-65-55	14
2-ст., від 3 т, ел.-гідр., Stertil-Koni	3600 Euro	(044) 467-65-55	14
2-ст., 3 т., гідролічний	2 200 Euro	(044) 245-77-58	4
2, 4, 6-ст., від 3-24 т, мех. д/усіх видів транспорту, вир-во		(044) 587-50-47	7
4-ст., 4 т	4 000 Euro	(044) 206-60-06	2
4-ст., 20 т, ел.-мех., RAV, Італія	28 326 Euro	(044) 541-03-68	1
4-ст., 3 т, ел.-мех., 4 кВт, вис.підйом. 1,5 м, Пьедестал, Укр.		(044) 467-60-70	9
4-ст., 3,5 т, ел.-гідрол. RAV (Італія)	4877 Euro	(044) 541-03-68	1
4 ст., 4 т, AGM, Італія		(044) 286-61-04	16
4-ст., 3,5 т, OMA-522, Італія	4 550 Euro	(044) 245-77-58	4
4-ст., 4 т, Rotary, США	8 000 Euro	(044) 245-77-58	4
4-ст., 4 т, гідролічний для роз/сходж. RAV (Італія)	5644 Euro	(044) 541-03-68	1
4-ст., 4 т, OMA-526B, Італія	5 450 Euro	(044) 245-77-58	4
4-ст., 4 т, OMA-526B, Італія	4650 Euro	(044) 245-77-58	14
4-ст., 4 т, OMA-526B, Італія	4650 Euro	(044) 245-77-58	14
4-ст., 4 т, гідролічний, траверса під роз/сх., Ever	28000 грн	(044) 401-50-50	11
4-ст., ел.-гідр. (під роз/сходж.), OMA	3850 Euro	(044) 467-65-55	14
Моб. колонні ел.-мех. 4 колонни по 3 т, RAV, Італія	11611 Euro	(044) 541-03-68	1
Ножичні від 2,5 т ел.-гідрол., RAV, Італія	5535 Euro	(044) 541-03-68	1
Ножичні, 3,6 т, OMA-530B, Італія	5 500 Euro	(044) 245-77-58	4
Ножичні, 4 т, Rotary, США	7 875 Euro	(044) 245-77-58	4
Ножичні, 4,1 т, Hunter, США	17 500 у.о.	(044) 245-77-58	4
Ножичні, 2 т, ел. гідроліч., AM, Чехія	1300 Euro	(0322) 99-19-53	25
Ножичні, 3,5 т, гідролічний довжина 4800мм	48000 грн	(044) 401-50-50	11
Підйімачі, 3 т та інш.	домов.	(0472) 45-22-48	5
Підйімачі, в асортименті, Чехія	договірні	(057) 733-20-07	8
Плунжерні 4 т, RAV, Італія	5850 Euro	(044) 541-03-68	1
Плунжерні, 2-х, від 3 т, JAB	5990 Euro	(044) 467-65-55	14

ШИНОМОНТАЖНІ СТЕНДИ

Beissbarth, Німеччина	від 1800 Euro	(044) 467-65-55	14
Butler Airdraulic, Італія	5 700 Euro	(044) 245-77-58	4

Адреса представництва брендів:
м. Київ, вул. Крайня, 1
тел. (044) 490-24-02
факс (044) 490-24-83



BOSCH



BOSCH



BOSCH



PUßBAUM
HEBETECHNIK



BOSCH



SAICO



Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
Butler Classic Plus, Італія	4 650 Euro	(044) 494-27-43	4
Butler Classic, Італія	3 750 Euro	(044) 494-27-43	4
Автомат, „Sirius“ (комплект), Італія	8660 грн.	(0472) 32-09-04	5
Автомат, 10"-20,5", RAV, Італія		(044) 286-61-04	16
Автомат, 10"-20,5" RAV, Італія	2239 Euro	(044) 541-03-68	1
Автомат, 10"-24"	1800 Euro	(0472) 37-62-23	15
Автомат, Giuliano S-222, Італія	2 700 Euro	(044) 245-77-58	4
Автомат, SICE	2 400 Euro	(044) 206-60-06	2
Автомат, для вантажного транспорту, SICE	від 5750 Euro	(044) 206-60-06	2
Автомат, пневмодар 10"-20,5" RAV, Італія	2787 Euro	(04498) 762-79	1
Для вант. авто, автобусів 12"-52" RAV, Італія	10867 Euro	(044) 541-03-68	1
Для вант. авто, автобусів 14"-26" RAV, Італія	8367 Euro	(044) 541-03-68	1
Н/авт.	1 190 Euro	(044) 206-60-06	2
Н/авт., 10"-20,5", RAV, Італія		(044) 286-61-04	16
Н/авт., „Sirius“ (комплект), Італія	6560 грн.	(0472) 33-04-21	5
Н/авт., 10-19", Launch, Китай	1290 у.о.	(044) 541-03-68	1
Н/авт., 10-20,5", RAV, Італія	1768 Euro	(044) 541-03-68	1
Н/авт., 11-22", Launch, Китай	1490 у.о.	(044) 541-03-68	1
Н/авт., 11-21", ел-пневм., шир. 3,5"-15", Атаман, Укр.		(044) 451-43-99	22
Н/авт., 12-20", ел-пневм., квадро-стіл, реверс, Sice 390, Італ.		(044) 467-60-70	9
Н/авт., 12-20", ел-пневм., круг.стіл, реверс, SICE 403, Італ.		(044) 467-60-70	9
Н/авт., 12-20", ел-пневм., реверс, лит.лапка, BIZON, Укр.		(044) 467-60-70	9
Н/авт., 12-20", ел-пневм., реверс, лит.лапка, ORION, Укр.		(044) 467-60-70	9
Н/авт., 12-20", ел-пневм., реверс, Самсон, Укр.		(044) 467-60-70	9
Н/авт., 13-21", зовні 10-18", Італ.		(044) 451-43-99	22
Н/авт., 380 V, Sajat, Китай	7020 грн	(057) 733-20-07	8
Н/авт., 380 V, Space, Італія	8736 грн	(057) 733-20-07	8
Н/авт., 380 V, Teko-22, Італія	9724 грн	(057) 733-20-07	8
Н/авт., Giuliano S-110, Італія	1650 Euro	(044) 245-77-58	4
Н/авт., Space, Італія	1 350 Euro	(044) 245-77-58	4
Н/авт., 12,5"-20", електро-пневматичний, круглий стіл, реверс	7000 грн	(044) 401-50-50	11
Шиномонтаж	7000 грн	(044) 401-50-50	11
Шиномонтаж., балансувал. стенд (комплект) д/вантажних авто	від 43000 грн	(044) 401-50-50	11
Шиномонтажні стенди «ОРИОН-М»	6550 грн	(0472) 41-70-37	6
Шиномонтажний стенд, н/авт.	від 1350 у.о.	(057) 733-20-07	8
Шиномонтажні стенди	1190 Euro	(062) 305-37-02	17

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
Шиномонтажні стенди для л/а, MondoFerro, Італія	від 1096 Euro	(044) 501-70-53	19
Ямний-траверса, 2,5 т, пневматичний, AM, Чехія	1000 Euro	(0322) 99-19-53	25

БАЛАНСУВАЛЬНІ СТЕНДИ

Beissbarth, Німеччина	від 2200 Euro	(044) 467-65-55	14
Space, Італія	2 350 Euro	(044) 494-27-43	4
Адаптер д/встан.колес: Бичок, Газель, нестандарт.диски,Укр.		(044) 467-60-70	9
Асортимент	від 5520 грн	(0472) 33-04-21	5
Балансувальний стенд, авт/н/авт., RAV, Італія		(044) 286-61-04	16
Балансувальний стенд, монітор, Haweka	2000 у.о.	(0472) 37-62-23	15
Балансувальний стенд Launch, Китай	1290 у.о.	(044) 541-03-68	1
Балансувальний стенд, SCAD B-340EM		(057) 731-68-83	23
Балансувальний стенд, SCAD B-400		(057) 731-68-83	23
Балансувальний стенд, SCAD B-420		(057) 731-68-83	23
Балансувальний стенд, електропривідний	1000 у.о.	(057) 733-20-07	8
Балансувальний стенд, Італія	1900 Euro	(044) 467-60-70	9
Балансувальний стенд, ручний	630 у.о.	(057) 733-20-07	8
Балансувальні стенди	4800 грн	(062) 305-37-02	17
Балансувальні стенди	від 1 390 Euro	(044) 206-60-06	2
Балансувальні стенди, для вант. транспорту	4 370 Euro	(044) 206-60-06	2
Ел-пр., до 200 кг, до 28", шир.до 20", зах.кож., МБК 300, Укр.		(044) 467-60-70	9
Ел-пр., до 60 кг, д. диска до 20", шир.до 12", Eldis 1110, Укр.		(044) 467-60-70	9
Ел-пр., до 60 кг, d до 20", шир.до 12", на 200 кол, Eldis, Укр.		(044) 467-60-70	9
Ел-пр., до 60 кг, до 20", шир.до 12", автокорекція, ST-MAXI		(044) 467-60-70	9
Ел-пр., до 65 кг, до 24", шир.до 12", зах.кожух, МБК 150, Укр.		(044) 467-60-70	9
Ел-пр., до 70 кг, d до 20", Ever	6300 грн	(044) 401-50-50	11
Hunter, GSP 9700, США	12 800 у.о.	(044) 494-27-43	4
Руч.пр., до 40 кг, диски 9-22", шир.1,5-11", ELDIS 1520, Укр.		(044) 451-43-99	22
Руч.пр., до 40 кг, обод до 20", шир.до 12", Scad B-340EM,Укр.		(044) 467-60-70	9
Руч.пр., до 50 кг, до 20", шир.до 12", ел.кат.-200 кол., Eldis		(044) 467-60-70	9
Руч.пр., до 60 кг, до 24", шир.обода до 12", МБК 130, Укр.		(044) 467-60-70	9
CEMB K-6, Італія	2 150 Euro	(044) 494-27-43	4
CEMB C-211, Італія	6 300 Euro	(044) 494-27-43	4
CEMB C-71, Італія	3 250 Euro	(044) 494-27-43	4
Стенд для вант./авто. RAV, Італія	від 6027 Euro	(044) 541-03-68	1
Стенд для лег./авто. RAV, Італія	від 2500 Euro	(044) 541-03-68	1

Обладнання для автосервісу

Гідропідйомники AMI виробництва Чехії

3 РОКИ
ГАРАНТІЇ



ПП
АЛЬТ ІНДЕКС

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

DENSO



FIRAD



BOSCH

ДИЗЕЛЬНІ
РОЗПИЛЮВАЧІ

ЗАПЧАСТИНИ
ПАЛИВНИХ
НАСОСІВ
ВИСОКОГО
ТИСКУ



СТЕНДИ ТА
СПЕЦІНСТРУМЕНТ
ДЛЯ РЕГУЛЮВАННЯ
ПНВТ

Україна, 49064
м.Дніпропетровськ
пр.Калініна, 68

33-33-23
тел.: (0562) 33-33-88
33-33-99
e-mail: dimed@denso.dp.ua
www.dimed.com.ua



ТОВ "ДіМед" -
офіційний дистриб'ютор
DENSO в Україні

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
Стенди для л/а, Mondolfo Ferro, Італія	від 1123 Euro	(044) 501-70-53	19

МАТЕРІАЛИ ТА ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ШИНОРЕМОНТУ

Вулканізатор камер	210 у.о.	(057) 733-20-07	8
Вулканізатор універс., гвинт.прижим, Lotus, Укр.		(044) 467-60-70	9
Вулканізатор універс., европрижим, Асогис, Укр.		(044) 467-60-70	9
Вулканізатор універсальний для шин та камер	від 1600 грн	(0472) 41-70-37	6
Вулканізатор універсальний	від 1650 грн	(0472) 32-09-04	5
Вулканізатор універсальний	360 у.о.	(057) 733-20-07	8
Вулканізатор, пневмозажим VP, Італ.		(044) 451-43-99	22
Вулканізатор, ручн.прижим, Укр.		(044) 451-43-99	22
Вулканізатори, СЕМВ	від 193 Euro	(044) 245-77-58	4
Шиноремонтний матеріал, REMA TIP-TOP		(044) 501-70-53	19

ДИСКОПРАВНІ СТЕНДИ

10-20", шир. 3,5-9", 380В*1,2кВт, обід до 7 мм, Укр.		(044) 451-43-99	22
12-18", шир. 3-8", 0,3 т, унів.креп., ГАЗель, Lotus 2, Укр.		(044) 467-60-70	9
Верстат для рихт. литих дисків „Sirius-Grad“, від виробника	12900 грн	(0472) 32-09-04	5
Дископрав. метал., литі, гідравліка, токар.роботи	2400 у.о.	(067) 672-08-72	13
Дископравні станки, в т.ч. «Газель»	8500 грн	(0472) 41-70-37	6
Дископравні станки	від 1635	(057) 733-20-07	8
Дископравні станки від виробника	7610 грн	(0472) 33-04-21	5
Дископравний стэнд, Motorsiad	1500 у.о.	(0472) 352-736	15
Стэнд для рихтовки дисків	1650 у.о.	(062) 305-37-02	17

СТЕНДИ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВАЛУ / СХОДЖЕННЯ

Розв./сх., комп., Beissbarth, Німеччина	від 9500 Euro	(044) 467-65-55	14
Розв./сх.	від 2400 грн	(0472) 41-70-37	6
Розв./сх.	4200 грн	(062) 305-37-02	17
Розв./сх., 8 сенсорний	від 8 500 Euro	(044) 206-60-06	2
Розв./сх., Hunter	11 000 у.о.	(044) 245-77-58	4
Розв./сх., від виробника, „Vision“, лазерний	2600 грн	(0472) 33-04-21	5
Розв./сх., інфрачерв., RAV, Італія		(044) 286-61-04	16
Розв./сх., інфрачерв. 8 сенсорний, RAV, Італія	9259 Euro	(044) 541-03-68	1
Розв./сх., інфрачерв., 8 сенсорний, безпров., Launch, Китай	5900 у.о.	(044) 541-03-68	1
Розв./сх., інфрачерв., 8 сенсорний, безпров., RAV, Італія	13750 Euro	(044) 541-03-68	1

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
--------------	------	---------	-----------

Розв./сх., інфрачерв., RAV, Італія	6740 Euro	(044) 541-03-68	1
Розв./сх., інфрачервоне, технологія 3D, Hunter	від 57200 грн	(057) 733-20-07	8
Розв./сх., комп.з монітором 14", корд.ізм.сист., SICE, Італ.		(044) 467-60-70	9
Розв./сх., комп.з монітором 14", д/пер.коліс, SICE 906, Італ.		(044) 467-60-70	9
Розв./сх., комплект, Sice, Італія	6540 Euro	(044) 206-60-06	2
Розв./сх., лазер, коляя 1,1-1,7 м, 12-16" (4кол), СДЛ 5, Італ.		(044) 467-60-70	9
Розв./сх., лазер, п/пров, коляя 1,1-1,7 м, 12-16", Вектор, Укр.		(044) 467-60-70	9
Розв./сх., лазер, 12-18", шир.3,2-4 м, б/дан.на 2000 мод.		(044) 451-43-99	22
Розв./сх., на 400 а/м, 4 захв.д/колес 10-19", EXACT 26, Італ.		(044) 451-43-99	22
Розв./сх., оптич.з підвищ., зад.кол., 11-18", СКО-1М, Білорусь		(044) 467-60-70	9
Розв./сх., рос.б/дан.на 4000 а/м, 10"-19", EXACT 36, Італ.		(044) 451-43-99	22
Розв./сх., лазер	від 550 у.о.	(057) 733-20-07	8
Стенди геометрії кузова		(044) 286-61-04	16
Стенди геометрії кузова	1 Euro	(044) 206-60-06	2

ДОПОМІЖНЕ, РЕМОНТНЕ ОБЛАДНАННЯ ТА ІНСТРУМЕНТ

Автослюсарний професійний інструмент в асорт.		(044) 251-91-93	20
Автослюсарний інструмент, в асортименті, AmPro		(044) 541-03-68	1
Автослюсарний професійний інструмент в асорт		(044) 286-61-04	16
Акcesуари та пристрої для рихтування, Україна, Італія	від 36 Euro	(044) 451-43-99	22
Вилка нагнужочна	від 53 грн.	(044) 404-90-49	24
Гайковерти, Chicago Pneumatic, США	від 210 Euro	(044) 541-03-68	1
Гідравлічні трансмісійні стійки, RAV, Італія	від 273 Euro	(044) 541-03-68	1
Домкрат, 4 т, пневматичний, Н=440 мм, Укр.		(044) 467-60-70	9
Домкрат пневматичний, Суми	700 грн	(057) 733-20-07	8
Домкрат, 0,3 т, д/облг.зняття і вст-ння КПП, балок, Чехія		(044) 467-60-70	9
Домкрат, 1,5 т	260 Euro	(044) 245-77-58	4
Домкрат, 3 т, пневматичний, Н=380мм, Укр.		(044) 467-60-70	9
Домкрати	від 40,19 грн.	(044) 404-90-49	24
Домкрати підкатні	690 грн	(062) 305-37-02	17
Домкрати підкатні		(044) 286-61-04	16
Домкрати підкатні гідравлічні, RAV, Італія	від 210 Euro	(044) 541-03-68	1
Домкрати підкатні, 2 т	170 Euro	(044) 206-60-06	2
Допоміжне обладнання для СТО		(0322) 97-12-03	10
Зарядні пристрої, Італія	від 23 Euro	(044) 451-43-99	22
Зачисна машинка для вулканізації, Італ.		(044) 467-60-70	9

АВТОСЕРВІСНЕ ОБЛАДНАННЯ



- Шиномонтажні, балансувальні стенди
- Компресори поршневі, гвинтові
- Комп'ютерний стэнд розвалу-сходження, діагностичне обладнання
- Фарбувальні камери, стенди рихтування кузовів
- Оливозамінне обладнання
- Гідравлічні домкрати, крани, преси

ТОВ «Форс»

02125, м.Київ, вул. Петра Запорожця, 13-а
Тел.: +380 (044) 206 60 06, e-mail: force@autoserv.kiev.ua

Одеса (048) 728 04 87
Львів (0322) 93 35 21
Луганськ (0642) 63 24 66
Харків (057) 738 06 40
Донецьк (062) 339 63 26
Симферополь (0652) 66 76 86

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
Зачиски пневмомашинки, Chicago Pneumatic, США	від 90 у.о.	(044) 254-21-04	16
Зйомники, захвати, різні прилади	від 5,5 у.о.	(044) 251-91-93	20
Інструмент профес., StahlWille, Німеччина	від 1 Euro	(044) 467-65-55	14
Ключі динамометричні	від 53 грн.	(044) 404-90-49	24
Ключі динамометричні	від 29 у.о.	(044) 251-91-93	20
Ключі масляного фільтру	від 8,32 грн.	(044) 404-90-49	24
Ключі ступиці	від 4,49 грн.	(044) 404-90-49	24
Комплект м'яких захватів	100 Euro	(044) 451-43-99	22
Компресометри	від 40,60 грн.	(044) 404-90-49	24
Кран д/зняття і встановлення ДВС, 0,5 т, Чехія		(044) 467-60-70	9
Кран для зняття двигунів, 0,5 т	від 395 Euro	(044) 206-60-06	2
Крани підкатні гідравлічні RAV, Італія	від 445 Euro	(044) 541-03-68	1
Лінії інструментального контролю, HPA, Італія	від 15 425 Euro	(044) 501-70-53	19
Набір інструменту для в/авто	від 36,00 грн.	(044) 404-90-49	24
Підіймач для кузова, Virico 1000		(0322) 97-12-03	10
Підкатний домкрат, від 0,8 т до 20 т, Італ.	від 112 Euro	(044) 451-43-99	22
Пневматичний інструмент в асорт.		(044) 286-61-04	16
Пневмогайковерт, ударний з набором головок, Італія		(044) 467-60-70	9
Пневмодомкрат, 3т	від 800 грн	(0642) 32-61-96	17
Пневмоінструмент профес., Rodcraft, Німеччина	від 1 Euro	(044) 467-65-55	14
Пневмоінструмент, Chicago Pneumatic, США	від 70 Euro	(044) 541-03-68	1
Пневмоінструмент, BETA, Італія		(044) 494-27-43	4
Пневмонабір д/повсяк. робіт, Італ.		(044) 467-60-70	9
Прес гідравлічний, 10 т, ручн., Укр.		(044) 467-60-70	9
Преса	від 360 Euro	(044) 206-60-06	2
Преса гідравлічні, 10 т, OMA	500 Euro	(044) 245-77-58	4
Преса гідравлічні, ручні від 10т	2485 грн	(0472) 32-09-04	5
Преси гідравлічні	від 1740 грн	(062) 305-37-02	17
Преси гідравлічні RAV (Італія)	від 591 Euro	(044) 541-03-68	1
Преси руч., гідр., ел-гідр., шафи д/спецодягу, пожеж., тележки, вир-во		(044) 587-50-47	7
Пуско-зарядні пристрої, Італія		(044) 286-61-04	16
Пуско-зарядні пристрої	від 110 Euro	(062) 305-37-02	17
Пуско-зарядні пристрої	180 Euro	(044) 245-77-58	4
Пуско-зарядні пристрої, Італія	від 99 Euro	(044) 451-43-99	22
Розвертка сідел клапанів	від 66,00 грн.	(044) 404-90-49	24
Розширювач бортів для коліс в/авто	2900 грн	(0472) 33-04-21	5

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
Система вимірювання кузовів, Франція	від 10000 Euro	(044) 451-43-99	22
Спеціальний інструмент для ремонту автомобілей	від 2,04 грн	(062) 305-37-02	17
Стapelі для ремонту (розборки) двигунів, RAV, Італія	від 148 Euro	(044) 541-03-68	1
Стapelь д/ремонту двиг-в, КПП л/а, контователь двигунів, вир-во		(044) 587-50-47	7
Стенд д/випр., регулювання ПНВТ (ДД10-01), 8 сек., 7,5кВт	53704 грн	(05447) 2-33-04	21
Стенд д/випр., регулювання ПНВТ (ДД10-04), 12 сек., 11кВт	75704 грн	(05447) 7-61-46	21
Стенд д/перев., регул. знятого з автомоб. ел/обладн.		(05447) 2-33-04	21
Стенд для обкатки двигунів	230 000 грн	(05447) 7-61-46	21
Стойкі трансмісійні від 0,3 т	190 Euro	(044) 206-60-06	2
Столи акумуляторщика, верстат, тумби слюс., вогнегас. д/авто, вир-во		(044) 587-50-47	7
Телескопічна лінійка для вимірювання кузова, Італія	255 Euro	(044) 451-43-99	22
Траверса осьова д/проведення розв./сх. (з домкр.), Укр.		(044) 587-50-47	9
Траверси	від 1820 грн	(062) 305-37-02	17
Трансмісійна стойка	195 Euro	(044) 245-77-58	4
Установки для заправки кондиціонерів	3 000 Euro	(044) 206-60-06	2
Шпильковерти	від 13,28 грн.	(044) 404-90-49	24
Шприць ричажно-плунжерний для ПЗМ	від 12,14 грн.	(044) 404-90-49	24

ДІАГНОСТИЧНЕ ОБЛАДНАННЯ

Газоаналізатор, 4-ох компонентний (Класс), Launch, Китай	3490 у.о.	(044) 541-03-68	1
Газоаналізатор, димометр	4 800 Euro	(044) 206-60-06	2
Газоаналізатор, Росія		(044) 494-27-43	4
Діагностика ел.систем на базі PC, Notebook - AutoExpert	от 200 \$	(0522) 34-59-74	28
Діагностика інж., ел.пр.диз., ABS, AIRBAG та інш. - AutoExpert	от 200 \$	(0522) 34-59-74	28
Діагностика сис-м авто Європа, OBD, BA3, GA3 - AutoExpert	от 200 \$	(0522) 34-59-74	28
Діагностика ходової автомобіля	10 400 Euro	(044) 206-60-06	2
Діагностика, інформація по ремонту, AutoExpert	от 200 \$	(0522) 34-59-74	28
Діагностичне обладнання	від 172 Euro	(062) 305-37-02	17
Діагностичне обладнання	540 Euro	(044) 206-60-06	2
Діагностичний набір, Фінляндія		(044) 467-60-70	9
Діагностичні лінії		(044) 494-27-43	4
Діагностичні лінії, RAV, Італія	20 000 Euro	(044) 541-03-68	1
Діагностичні прилади		(044) 494-27-43	4
Мотортестер		(044) 494-27-43	4
Мотортестер Launch, Китай	5900 у.о.	(044) 541-03-68	1
Мотортестер портативний, Launch, Китай	3490 у.о.	(044) 541-03-68	1

Автопромимпекс

г. Киев, ул. Молодогвардейская, 7-б
тел.: (044) 245-77-58, (044) 494-27-43
(067) 395-71-14
e-mail: apimpex@i.com.ua
www.autopromimpex.com



Стенды развала-схождения

Оборудование
для автосервиса
от мировых
производителей
Наличие на складе



Электрогидравлический
двухстоечный подъемник
НСТ 2.5 AL30 (3,2т) 2200 евро
НСТ 2.5 AL40 (4.0т) 2500 евро

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
Мотортестер, Дельфін-МТ	15000 грн	(0642) 42-85-28	26
Прилад д/регулювання світла фар RAV, Італія	650 Euro	(044) 541-03-68	1
Прилад д/регулювання світла фар, OMA, Італія		(044) 494-27-43	4
Регулювання світла фар універс.признач.(л/а, в/а), Італ.		(044) 467-60-70	9
Станція для обслуг. автокондиціонерів, Launch, Китай	3300 у.о.	(044) 541-03-68	1
Стенд д/профдіагностики, очистки в УЗВ бенз.форсунок, ДД-2200	9880 грн	(05447) 2-33-04	21
Стенд для піскоструйної очистки свечей, Полтава	594 грн	(057) 733-20-07	8
Стенд очистки форсунок, Launch, Китай	від 1490 у.о.	(044) 541-03-68	1
Стенд перевірки свечей під тиском, Полтава	700 грн	(057) 733-20-07	8
Стенд перевірки та регулювання карбюраторів УПК-2, Харків	2340 грн	(057) 733-20-07	8
Стенд перевірки та регулювання карбюраторів, Полтава	9882 грн	(057) 733-20-07	8
Стенди д/діагнос.та очищ.сел.-клапанних форсунок, Циклон-4	6960 грн	(0642) 42-79-95	26
Стенди д/ремонт ПНВТ від ведучих фірм Європи та СНД		(044) 467-60-70	9
Стенди комплексної діагн.авто "Дельфін-1", без ПК		(0642) 42-85-28	26
Стенди перевірки працездатності свічок запалювання, Укр.		(044) 467-60-70	9
Стенди та інструмент д/регулювання ПНВТ		(0562) 33-33-23	12

КОМПРЕСОРИ

100 л, пр-ть 335, 10 атм., потуж.-2,2, Іт.-Білорусь	(044) 467-60-70	9	
100 л, пр-ть 850, 10 атм., потуж.-5,5, Іт.-Білорусь	(044) 467-60-70	9	
200 л, пр-ть 550, 10 атм., потуж.-4, Іт.-Білорусь	(044) 467-60-70	9	
220-380 V, 50-100 л, Aircast, Білорусія, компл., Німеччина, Франція від 3572 грн	(057) 733-20-07	8	
270 л, пр-ть 850, 10 атм., потуж.-5,5, Іт.-Білорусь	(044) 467-60-70	9	
50 л, пр-ть 335, 10 атм., потуж.-2,2, Іт.-Білорусь	(044) 467-60-70	9	
50 л, пр-ть 510, 10 атм., потуж.-3, Іт.-Білорусь	(044) 467-60-70	9	
500 л, пр-ть 1100, 10 атм., потуж.-4+4,Іт.-Білорусь	(044) 467-60-70	9	
500 л, пр-ть 850, 10 атм., потуж.-5,5, Іт.-Білорусь	(044) 467-60-70	9	
Гвинтові	2900 Euro	(044) 206-60-06	2
Гвинтові		(044) 245-77-58	4
Компресори	від 380 Euro	(044) 451-43-99	22
Компресори		(044) 245-77-58	4
Компресори	від 201 Euro	(062) 305-37-02	17
Компресори, Fiac, Білорусь		(0472) 37-62-23	15
Компресори, в асортименті	від 166 Euro	(044) 501-70-53	19
Поршневі		(044) 245-77-58	4
Поршневі	120 Euro	(044) 206-60-06	2

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ЗАМІНИ ОЛИВ			
Автопристрій д/зам. оливи, Італія		(044) 245-77-58	4
Салідолонагітат пересувний, Італія		(044) 451-43-99	22
Установка д/вакуумного відбору та зливу відпрацьованої оливи	від 195 Euro	(057) 733-20-07	8
Установка д/зам. оливи		(044) 286-61-04	16
Установка д/зам оливи	від 195 Euro	(044) 206-60-06	2
Установка д/зам.оливи, 16 л, 1,6 л/хв., 8 атм., Force		(044) 467-60-70	9
Установка д/зам.оливи, 24 л, 1,6 л/хв., 8 атм., Force		(044) 467-60-70	9
Установка д/зам.оливи, 60 л, 1,6 л/хв., 8 атм., Force		(044) 467-60-70	9
Установка д/зам.оливи, 65 л, 1,9 л/хв., предкам., Force		(044) 467-60-70	9
Установка д/зам.оливи, 65 л, пневмат., з ванною очист., Італія	догов.	(044) 451-43-99	22
Установка д/зам.оливи, 65 л, пневмат., предкам., Італія		(044) 451-43-99	22
Установка д/зам.оливи, RAASM, Італія	від 1 Euro	(044) 467-51-55	14
Установка д/зам.оливи, Італія		(044) 451-43-99	22

МИЙНО-ПРИБИРАЛЬНЕ ОБЛАДНАННЯ

Апарат хімічисти, EVD-602	650 евро	(044) 599-13-66	27
Стац. мийка, BT, 152 бар, 21 л/хв, 1450 об/хв, 5,5 кВт		(044) 599-13-66	27
Автомийки безконтактні	від 521 Euro	(044) 492-25-25	3
Апарат очищення води, Karcher		(044) 464-63-93	30
Апарати BT	від 521 Euro	(044) 492-25-25	3
Апарати BT д/автомийок		(044) 492-25-25	3
Апарати BT, Karcher		(044) 464-63-93	30
Апарати BT, KRANZLE, Німеччина	від 521 Euro	(044) 492-25-25	3
Апарати д/мийки поліів	від 2113 Euro	(044) 492-25-25	3
Безконтактна мийка		(044) 492-25-25	3
Засіб мийки двигуна, дисків, хімічстка		(044) 599-13-66	27
Мийки авт. портал., Karcher		(044) 464-63-93	30
Мийки авт.портал., Autoequip Lavaggi, Італія	від 37 000 Euro	(044) 501-70-53	19
Мийки авт.портал., RYKO		(044) 233-82-41	4
Мийки без підігр., 2840 T 4, Elite	730 Euro	(044) 206-60-06	2
Мийки без підігріву, BT Eq 20, Італ.		(044) 451-43-99	22
Мийки без підігріву, BT Victoria 2015T, Італ.		(044) 451-43-99	22
Мийки BT, 100 атм., від 480 л/год, з підігр., Lavorwash, Італ.		(044) 467-60-70	9
Мийки BT, 120 атм., від 480 л/год, 6/підігр., Lavorwash, Італ.		(044) 467-60-70	9

ВСЕ ДЛЯ АВТО СЕРВИСА

ООО «Форс Мастер»
г. Луганск, кв. Ватутина, 2/2,
т/ф (0642) 632-454
e-mail: office@forcemaster.com.ua
http://www.forcemaster.com.ua



**ОБЛАДНАННЯ
ДЛЯ АВТОМИЙОК**

ТОВ «ЧИСТИЙ СВІТ К»
Офіційний дилер №1 концерну
KARCHER

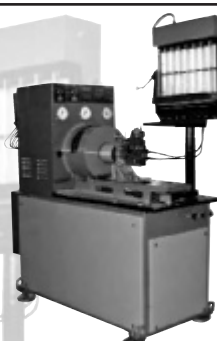


www.chisty-svet.com.ua

м. Київ
(044) 464-63-93
м. Дніпропетровськ
(0562) 36-50-10

**Стенд для
регулювання ТНВД**

Ремонт топливных насосов:
ЯМЗ-236, ЯМЗ-238, ЯМЗ-236 БЕ (НЕ),
ЯМЗ-236 М2, ЯМЗ-236А, КамАЗ-740,
КамАЗ 7408, ЗИЛ-645, ЗИЛ-0550,
ГАЗ-5424, ГАЗ-5441
РВА, РВВ, РЕСА, РЕА, РЕСМ, РРМ (f),
JPH, WSK, PES, CAV, BOSCH VE



ООО «Регата» дилер ОАО «МОПАЗ»
г. Конотоп, тел.: (05447) 715-69, 761-46
e-mail: regata@regata.com.ua, www.regata.com.ua

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ
ИНСТРУМЕНТ**



Kamasa-TOOLS®

Kamasa-Tools - «ЭТО ПОЖИЗНЕННАЯ ГАРАНТИЯ».
МЫ ЭТО ДОКАЗАЛИ, И ЭТО ЗНАЮТ!

ЧП Уником
г. Киев
ул. Чигорина, 12, оф. 206
тел.: (044) 528-20-61, 528-84-29
тел. моб. (050) 412-23-45
e-mail: jrk@nbi.com.ua

ЧП Уником
г. Николаев
ул. Большая Морская, 15/2
тел. (0512) 50-05-22
(0512) 47-90-63
e-mail: unicomgr@farlep.mk.ua

www.kamasatools.com.ua

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
Мийки BT, 120 атм., від 600 л/год, з підігрів, Lavorwash, Італ.		(044) 467-60-70	9
Мийки BT, 125 атм., від 690 л/год, б/підігр., Lavorwash, Італ.		(044) 467-60-70	9
Мийки BT, Kranzle	від 521 Euro	(044) 492-25-25	3
Мийки BT, з підігрів., Professional 2015, Італ.		(044) 451-43-99	22
Мийки BT, з підігрівом, LKX 40, Італ.		(044) 451-43-99	22
Мийки BT, ручні, Karcher	від 828 Euro	(044) 501-70-53	19
Мийки з підігрівом, 1714 T, Optima	2110 Euro	(044) 206-60-06	2
Мийки з підігрівом, BT Neka 2015, Італ.		(044) 451-43-99	22
Пилосос д/сухої чистки і збору вологи		(044) 451-43-99	22
Пилосос д/хімічної чистки		(044) 451-43-99	22
Пилосос для сухого та вологого чищення		(044) 599-13-66	27
Пилосос, Mirage Super	270 Euro	(044) 206-60-06	2
Пилосос, миючий, Cleanvac		(044) 599-13-66	27
Пилососи д/автомобіля	від 160 Euro	(044) 492-25-25	3
Пилососи, Soteco, Італія	від 160 Euro	(044) 492-25-25	3
Поломийки, COMAC		(044) 492-25-25	3
Полотери, COMAC	від 521 Euro	(044) 492-25-25	3
Проф., б/підігр., 140-200 бар, 12 л/хв, 2,2-3,7 кВт, 8м, Comet		(044) 599-13-66	27
Проф., б/підігр., 160 бар, 21л/хв, 5,5 кВт, 8м, Comet		(044) 599-13-66	27
Проф., з/підігр., 120-150 бар, 10 л/хв, шланг 10м, Comet		(044) 599-13-66	27
Професійні пилососи		(044) 492-25-25	3
Ремонт шлангів BT	від 8 Euro	(044) 492-25-25	3
Системи очищення води для мийних комплектів, Нептун-1111 (2-3 м3/годину)49000 грн		(057) 733-20-07	8
Системи очищення води для мийних комплектів, Нептун-3		(057) 733-20-07	8
Системи очищення води для мийних комплектів, Нептун-555 (0,22 м3/годину)15660 грн		(057) 733-20-07	8
Системи очищення води для мийних комплектів, Нептун-777 (0,6-07 м3/годину)25250 грн		(057) 733-20-07	8
Системи рециркуляції, очищ. Води, JPR System	2300 евро	(044) 599-13-66	27
Стац. багатопост., BT, 50-155 бар, 600-1300 л/год, Comet	1500 евро	(044) 599-13-66	27
Стац. система д/ком. а/мобіля, 110 бар, 11 л/хв, 2800 об/хв, 3,0 кВт		(044) 599-13-66	27
Стационарна мийка	від 2500 Euro	(044) 492-25-25	3
Струйні, щітк., всі види тр-ту, д/двиг., агрег-в авто, дріб. деталі, метизів, вир-во		(044) 587-50-47	7
Сушки д/авто, системи оборотного водопостачання, вир-во		(044) 587-50-47	7

ЗАСОБИ ДЛЯ МИЙОК

Автопіна, NERTA, в асортименті	(044) 492-25-25	3	
Автохімія д/автомобіля, J Rataj, Польща	(044) 599-13-66	27	
Автохімія д/автомобіля, Karcher	(0562) 36-50-10	30	
Автохімія д/автомобіля, Karcher	(044) 464-63-93	30	
Автохімія, NERTA, в асортименті	від 1,7 Euro	(044) 492-25-25	3
Автохімія, в асортименті	від 521 Euro	(044) 492-25-25	3
Автошампунь, NERTA	від 2,2 euro	(044) 492-25-25	3
Аксесуари д/автомобіля, Німечч., Італ.	(044) 599-13-66	27	
Аксесуари д/мобіля	(044) 492-25-25	3	
Бесконтактна піна, NERTA	(044) 492-25-25	3	
Серветки BT, папір, SONAX	(044) 599-13-66	27	
Шланги	(044) 599-13-66	27	

СТЕНДИ ВІДНОВЛЕННЯ ГЕОМЕТРІЇ КУЗОВА

ALLVIS BLUE, ел.-вимір.система	7700 Euro	(0322) 97-12-03	10
ALLVIS LIGHT, ел.-вимір.система	3960 Euro	(0322) 97-12-03	10
Autobot, ел. – вимір. система з радіоконтролем		(044) 286-61-04	16
Авторобот, Codhe Rapid Lift	14740 Euro	(0322) 97-12-03	10
Авторобот, Codhe Super rapid	10400 Euro	(0322) 97-12-03	10
Авторобот, Codhe, модель 2100-2+1/1	19720 Euro	(0322) 97-12-03	10
Гідравлічна стійка (12 т), Україна	1520 Euro	(044) 451-43-99	22
Набір для вимірювання, Data Measuring 3000-04	5290 Euro	(0322) 97-12-03	10
Пристрої для рихтування, інструмент	від 36 Euro	(044) 451-43-99	22
Рихт. інструмент, PICARD		(044) 541-03-68	1
Рихт. інструмент, PICARD		(044) 286-61-04	16
Рихтувальні стенди, Autobot, Фінляндія		(044) 286-61-04	16
Рихтувальні стенди, Termomeccanica GL, Італія	від 9 000 Euro	(044) 501-70-53	19
Ст. від. геометр кузова, Autobot	від 9000 Euro	(044) 541-03-68	1
Стенд МК -01 «МІНІ», Україна	4240 Euro	(044) 451-43-99	22
Стенд МК -02 «НОРМА», Україна	5760 Euro	(044) 451-43-99	22
Стенд МК -03 «МАСТЕР», Україна	7920 Euro	(044) 451-43-99	22
Стенд МК -04 «ЛІДЕР», Україна	17700 Euro	(044) 451-43-99	22

ЗВАРЮВАЛЬНЕ ОБЛАДНАННЯ

Алюмінієва проволочка, PrimaFil AL8, 2 катушки	77 Euro	(0322) 97-12-03	10
Витяжка з електродами, Prima puller	378 Euro	(0322) 97-12-03	10
Зварювальне обл. Prima, Італія		(050) 508-92-24	3
Зварювальне обладнання	від 84 Euro	(044) 451-43-99	22
Зварювальне обладнання		(044) 455-96-78	29
Зварювальний напівавтомат, PrimaMig 205 AL	1834 Euro	(0322) 97-12-03	10
Зварювальні апарати, HELVI, Італія	1 Euro	(044) 206-60-06	2

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
Зварювальні н/а	від 290 Euro	(062) 305-37-02	17
Контактна зварка	від 2096	(050) 508-92-24	3
Напівавтомати	від 221 Euro	(044) 451-43-99	22
Півавтомат	1350 Euro	(050) 508-92-24	3
Півавтомат для сталі і алюмінія	2618 Euro	(050) 508-92-24	3
Плазмовий інвектор, PP 35 INV	1670 Euro	(0322) 97-12-03	10
Плазморізок	1670 Euro	(050) 508-92-24	3
Спеціальна проволочка, PrimaFil RS 8/5	224 Euro	(0322) 97-12-03	10
Спеціальний рукав, PrimaSpool	780 Euro	(0322) 97-12-03	10
Споттер	1240 Euro	(050) 508-92-24	3
Споттер	1015 Euro	(044) 451-43-99	22
Споттер, потужність 6кВт, TOP CAR 28	1240 Euro	(0322) 97-12-03	10

Перелік фірм

1	Beruf-auto TOB	(044) 541-03-68
2	Force (Форс TOB)	(044) 206-60-06
3	Vikos/Vikos TOB	(044) 492-25-25
4	Автопромімпекс TOB	(044) 245-77-58, 494-27-43
5	Автостар ПП	(0472) 33-04-21, 32-09-04
6	Автомаш	(0472) 41-70-37
7	Амальтея TOB	(044) 587-50-47
8	Асогис TOB	(057) 733-20-07
9	Вікторія-С TOB	(044) 467-60-70
10	Гребля ПП	(0322) 97-12-03
11	Гуц ПП	(044) 401-50-50
12	Димед TOB	(0562) 33-33-23, 33-33-88
13	Дорошук ПП	(067) 672-08-72
14	Еквінет Україна TOB	(044) 467-65-55
15	Коваленко ПП	(0472) 352-736
16	Карсистем Україна TOB	(044) 286-61-04
17	Комтех лтд TOB	(062) 305-37-02
19	Полек-Топ TOB	(044) 501-70-53
20	Проінстр TOB	(044) 251-91-93
21	Регата TOB	(05447) 2-33-04, 7-61-46
22	Росма TOB	(044) 451-43-99
23	Скад НПО TOB	(057) 731-68-83, 731-68-84
24	Техновед TOB	(044) 404-90-49
25	Фаворит АМ TOB	(0322) 99-19-53
26	Циклон ЗАТ	(0642) 42-85-28
27	ЦМБ TOB	(044) 496-35-01, 599-13-66
28	Чабанов ПП	(0522) 34-59-74
29	Машинобудівний з-д «Артем»	(044) 455-96-78
30	Чистий Світ TOB	(044) 464-63-93

Все для покраски. Прайс-листы

Найменування	Ціна	Телефон	Код фірми
ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ФАРБУВАННЯ			
Інструмент д/безфарбув. видал.вм"ят. на кузові ав-ля	від 900 у.о.	(057) 704-94-81	8
Машинки шліфувальні, полірувальні, Hamach, Rupes		(032) 297-12-03	11
Осушувачі, фільтри д/очищення повітря	Дог.	(044) 206-60-06	2
Пістолети-розпилювачі, Iwata, Sata, Air Gunza		(032) 297-12-03	11
Порохотяги, Hamach, Rupes в асортименті		(032) 297-12-03	11
Фарбувальна камера, Ever	від 60000 грн	(044) 401-50-50	9
Фарбувальні камери	Дог.	(044) 206-60-06	2
Фарбувальні камери, Saima, Італія	24 000 Euro	(04498) 7-62-79	7
Фарбувальні камери, Termotecnica GL, Італія	від 19 800 Euro	(044) 501-70-53	5
Фарбувальні камери, Yoki, Китай	від 13 000 Euro	(04498) 762-79	7

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ФАРБУВАННЯ

Автоемалі на алкідній основі, Mobihel	(044) 494-36-82	6
Матеріали, 3M, Hamach, Colad, в асортименті	(032) 297-12-03	11

Перелік фірм

1	Вікторія-С	(044) 467-60-70
2	Force (Форс)	(044) 206-60-06
5	Полек-Топ	(044) 501-70-53
6	Прогресс	(044) 494-36-82
7	Beruf-auto	(044) 541-03-68
8	Малецький ПП	(057) 704-94-81, (067) 572-94-21
9	Гуц	(044) 401-50-50
11	Гребля ПП	(032) 297-12-03



POLAR

Охлаждающие жидкости



 **ASPO**
Chemicals

**Охлаждающие жидкости
даже для зимы!**

ООО «Аспокем Украина» региональное
отделение **ASPO Chemicals** в Украине
г. Киев, ул. Баггоутовская, 17/21
тел.: (044) 494-08-39,
тел./факс: (044) 494-08-38,
e-mail: info@aspokem.com.ua,
www.aspokem.fi, www.aspokem.com.ua

▶ ЗОЛОТО В КОЖНІЙ КРАПЛИНІ

моторні мастила MOL

ПРЕДСТАВНИЦТВО

"МОЛ-ЛУБ КФТ."

(044) 464-46-58/59

office@mol-lub.kiev.ua



Дистрибутори мережі "МОЛ-ЛУБ КФТ":
м. Київ, ТОВ «Синтезо», тел. (044) 246-28-24, 501-59-28;
м. Бориспіль, ТОВ «ПВТА Центр», тел. (04495) 64-464/465/466;
м. Донецьк, ТОВ «Автотехкомплект», тел. (052) 386-82-87/32;
м. Одеса, ПП «Кронос», тел. (0482) 429-835/881;

м. Ужгород, ТОВ «Ойл-Закарпаття»,
тел. (0312) 66-06-50, 66-13-00;
м. Дніпропетровськ, ТОВ «Дніпропостачсервіс»,
тел. (056) 231-28-12, (056) 372-93-00;
м. Черкаси, ПП «Ойл Трейд», тел. (0472) 66-65-01



lubricants.mol.hu

досконалий захист



ANTIFREEZE

НОВЫЙ АНТИФРИЗ ДЛЯ НОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ



Новый антифриз, производимый фирмой **BAMF**, обладает улучшенными теплообменными характеристиками и демонстрирует отличную защиту от высокотемпературной коррозии всех материалов, входящих в состав системы охлаждения двигателя. Благодаря антикоррозионной присадке фирмы **"BAMF"** новинка торговой марки **BAMF** не разъедает чугун, сталь, медь, припой, алюминий.

- Предохраняет резиновые детали системы охлаждения от набухания.
- Не закипает и не вскипает при рабочей температуре двигателя.
- Обладает повышенной растворяющей способностью к образующейся накипи.
- Имеет зеленую окраску, обладающую флуоресцентной добавкой. Специально разработан для автомобилей импортного производства нового поколения.



-42°C

elf 
СИЛА ЛИДЕРА!



Главный офис:
Одесса: (0482) 606-546/685-083
e-mail: info@intaelf.odessa.ua

Филиал:
Киев: (044) 258-2108/258-2143
e-mail: intakiev@kw.ua



КАЧЕСТВО
ПОДТВЕРЖДЕНО
МЕЖДУНАРОДНЫМ
СЕРТИФИКАТОМ
ISO 9001

ROWE®
ГЕРМАНИЯ


АНТИФРИЗ
HIGHTEC



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР ROWE В УКРАИНЕ КОМПАНИЯ ФОКС

ФОКС  **ОПТОМ**

ХАРЬКОВ, 61145, УЛ. КОСМИЧЕСКАЯ, 20
ТЕЛ./ФАКС /057/ 7140-752, 7175-388
www.foks.com.ua
РАСШИРЯЕМ ДИЛЕРСКУЮ СЕТЬ

**Моторні та індустріальні
оливи концерну Agip**


Офіційний
дистриб'ютор
продукції Agip
компанія «ОРКА»

Agip (044) 244 4333
(044) 244 4332
www.orca.kiev.ua

НАДІЙНІ ПОМІЧНИКИ У ПІДБОРІ ПЕРСОНАЛУ У М. КИЄВІ

Нові вакансії щодня
єдина у Києві
щоденна газета
з працевлаштування





ПОНАД 14 000 ВАКАНСІЙ
ДЛЯ ФАХІВЦІВ

Тел.: 451-4222, 493-2217; e-mail: job@rabotaplus.kiev.ua

 **Castrol**

Официальный
дистрибьютор

ВИСТ ЛТД

Формируем
дилерскую сеть

г. Киев, пр. Палладина, 32-б
тел.: (044) 424-69-18, 423-89-24
e-mail: vist@nbi.com.ua

Отдел
подписки
журнала
autoExpert
(044)
493-45-80

 **ОПТИМАЛ**

ОПТИМАЛЬНЫЙ ВЫБОР
для вашего автомобиля




Расширяем
дилерскую сеть

«Нефтепродукт»
Сумская обл.
г. Лебедин
ул. Гастелло, 2
тел.:
(05445) 2-06-68
5-12-92
e-mail:
nefteprodukt@sm.ukrtel.net



из Европы в Украину

Марка: Prista
Страна: Болгария
Ценовой сегмент: Масла средней ценовой группы

Смазочные материалы Prista производятся бесспорным лидером болгарского рынка - компанией Prista oil AD. На сегодняшний день Prista oil AD является владельцем одного из наиболее современных и эффективных предприятий в Европе по выпуску масел, смазок и технологических жидкостей для автотранспорта и промышленности с производственной мощностью до 100 000 тонн в год.

Качество

Производственный процесс имеет международные сертификаты качества ISO 9001 и ISO 14002, а также сертификат NATO AQAP 2110, который позволяет предприятию поставлять свою продукцию Вооруженным силам стран НАТО без дополнительных согласований. На предприятии действует современная и высокооснащенная лаборатория, позволяющая контролировать качество выпускаемых продуктов и разрабатывать новые смазочные материалы.

В качестве сырья (базовых масел и присадок) используются наиболее прогрессивные и высокотехнологичные продукты - базовые масла глубокого каталитического гидрокрекинга производства Sepsa и ExxonMobil, присадки Lubrizol, ChevronOronite, Ethyl, Rohmax, Ciba, RheinChemie, Infineum, Becker и др.

Смазочные материалы Prista классифицированы авторитетными международными организациями ACEA и API, многие продукты официально одобрены ведущими автопроизводителями (OEM): Daimler Chrysler, Volkswagen, MAN, Porsche, Volvo и др.

Поставки

Главными торговыми партнерами Prista oil AD являются Румыния, Сербия и Черногория, Македония, Венгрия, а в последнее время - Турция и Украина. Кроме того, компания успешно работает в Словакии, Греции, Боснии и Герцеговине, Албании, Молдове, Израиле и Армении. В списке клиентов компании - ведущие индустриальные предприятия страны и

государственные учреждения, в том числе Министерство обороны Болгарии, Болгарская государственная железная дорога, атомная электростанция "Козлодуй", "Лукойл Болгария", "OMV Болгария" и др. Prista oil AD официально поставляет смазочные материалы на конвейеры автомобилестроительного предприятия Dacia в Румынии, входящего на сегодняшний день в состав концерна Renault.

Ассортимент и ценообразование

Масла Prista относятся к средней ценовой группе и сравнимы по цене с высокотехнологичными смазочными материалами украинского и российского производства, изготавливаемыми (полностью или частично) из импортного сырья.

Линейка продуктов компании включает более 150 видов моторных (автомобильных, судовых, авиационных) и трансмиссионных масел, масел для промышленности, смазок, охлаждающих и тормозных жидкостей.

Многие масла Prista обладают наиболее современными международными классификациями и одобрениями, выполняют все современные требования по увеличению сроков замены масла, совместимости с устройствами доочистки отработанных газов, увеличению ресурса работы двигателя, улучшению тягово-скоростных и экологических характеристик. Но, кроме того, в ассортименте Prista есть продукты более низких классов, предназначенных для техники десяти-, пятнадцатилетней, а то и 20-летнего возраста, каковой еще достаточно на наших дорогах. Высокое качество (для данных классов масел) и низкая цена (относительно материалов для современных механизмов) делают эти продукты весьма привлекательными на нашем рынке.

Дистрибуция

ООО "Приста ойл" строит систему дистрибуции через создание дилерской сети по территориальному признаку. В каждой области



Украины торговую марку Prista будет представлять как минимум один дилер. Кроме того, ООО "Приста ойл" сотрудничает с фирмами, представляющими в Украине другие марки смазочных материалов и/или родственных товаров (например, фильтров) и уже обладающими своей дилерской сетью. Для обеспечения стабильно высокого заработка для всех звеньев сбытовой цепочки разработана жесткая ценовая политика.

Логотип компании представляет собой стилизованное изображение трубопровода, образующего две связанные буквы "PO" желтого цвета (цвет масла) на зеленом фоне. Компания "Prista oil AD, учитывая характер своего основного производства, большое внимание уделяет вопросам экологии. Так, например, в состав компании входит оборудованное по последнему слову техники предприятие по сбору разлившихся нефтяных продуктов и очистке морских отходов. Отсюда и зеленый цвет "основы" компании.

ООО «Приста ойл» - официальный представитель
торговой марки Prista в Украине
г. Киев, ул. Сеченова, 7А, тел. (044) 585 27 24
info@prista-oil.com.ua, www.prista-oil.com.ua

Журнал «Современный автосервис»

Покупайте в местах продажи прессы



Читайте в журнале:

Автодилер

Дилер - это звучит гордо. Но ко многому обязывает...

Организация работы СТО

Как создаются СТО
Новая станция: как оторваться от конкурентов?
Экономическая эффективность прямой приемки
Потребительские предпочтения и эффективность автосервиса
Доводы в пользу активной приемки
Шиноремонт с большой загрузкой
Сколько можно тянуть Европу за хвост?
Украинский автомобильный холдинг:
как создать систему
Качество и системы качества в автосервисе
Система управления производством - фактор эффективности бизнеса
Особенности организации шинной мастерской

Персонал

Автомеханик: как подобрать подходящего специалиста
Знак зодиака - «автомалар»
Состояние и перспективы образования в сфере автосервиса
Персонал и как с ним «бороться»
Не в деньгах счастье? Зарплатная арифметика

Правильный сервис

СТО «Dinitrol-Центр». История одной успешной станции
Сервис LIQUI MOLY: «Мы не отнимаем времени у клиента»

«Шарлотта». Автокомплекс на Окружной
Сервисный центр «Киа Моторс Украина»
СТО «Добрут»: работать как часовой механизм

Неправильный сервис

Как ремонтируют автомобили, или История одного автолюбителя
Послание Форду, или как я отремонтировала машину

Проблемный вопрос

Воруют!
Это страшное слово «РЕКЛАМАЦИЯ»...

Технологии и ремонт

Практика диагностики. «Неправильная» Vectra
Почему оборвался ремень...
Диагност с большой дороги
ШРУСы: ремонтировать нельзя, заменить!
ЭлектроПежо
Диагностика клапанов и технологии их восстановления
Моем форсунки
Common Rail: проблемы, обслуживание, профилактика
«Газель». Тюнинг поневоле
О зубчатых ремнях и загнутых клапанах
Клапан в седле
Анатомия OBDII
Чудеса диагностики. Коварный датчик Холла
Защитим автомобиль?
Ford с характером
Пневмоинструмент: за что платить?
Digijet - переходная системв впрыска

Электродиагностика в малом автосервисе
Ремонт шпильки ролика ремня ГРМ
Катализаторы и способы их проверки
Теория и практика геометрии подвески
Замена масла: сложности элементарного
Перегрев. Причины и последствия
Типовые неисправности систем впрыска топлива и зажигания VW Passat B3
Если срезало шпонку...
Поставить КПП? Легко!

Эксплуатация

Типичные неисправности электрооборудования
Причины вибрации в автомобиле и способы ее устранения
В копилку опыта эксплуатации автомобиля

ТОР-модель

Что такое Cosworth?

Юридический практикум

Защита ОТ потребителя
Открытие СТО: регистрация юридического лица

История

Автосервис 70 лет назад

НОВАЯ РУБРИКА:

Автомобильная покраска

Участок кузовного ремонта - "локомотив" загрузки СТО
Когда минуты превращаются в рубли
Визит к малярам
Окрасочно-сушильные камеры: критерии выбора

Все номера журнала Вы можете заказать в редакции, позвонив по тел.: (044) 493-45-70



В настоящий момент спрос на услуги и конкуренция среди предприятий автосервиса непрерывно возрастают. Технически сложные современные автомобили предъявляют высокие требования к качеству диагностики, обслуживания и ремонту. От современного автосервиса ожидают качественного и быстрого выполнения работ. Чтобы соответствовать этим требованиям, автосервис должен иметь высокотехнологичное диагностическое и ремонтное оборудование, специально обученных квалифицированных сотрудников, доступ к технической информации, магазин качественных запасных частей, современное здание, соответствующее инфраструктуре данного рынка (помещения для приема и ожидания клиентов, парковка, магазин). Для решения этих серьезных задач предприятию автосервиса нужен сильный и надежный партнер.

сительно проездных улиц/шоссе;

- приобретение у Роберт Бош или у официальных дилеров тестирующего оборудования для постов: диагностики зажигания, впрыска, электрики, развала-схождения и линии диагностики ходовой части автомобиля;

- приобретение в согласованном объеме у Роберт Бош или у официальных дилеров запасных частей BOSCH и продажа со своего склада; продажа товаров других марок - по согласованию с Роберт Бош;

- выполнение требований к корпоративному стилю и дизайну помещений, спецодежды, деловых бумаг;

- использование лицензионного программного обеспечения BOSCH ESI-Tronic;

- подготовка персонала в учебном центре Бош, который находится в Киеве;

СЕТЬ СТО BOSCH SERVICE

Являясь мировым лидером в области автомобильной индустрии, концерн Robert Bosch развивает сеть универсальных фирменных СТО BOSCH SERVICE, которые отвечают современным требованиям рынка. Система Бош Авто Сервис - это крупнейшая мировая сеть предприятий автосервиса, образованная в 1921 г. основателем концерна Робертом Бошем. На сегодняшний день сеть СТО Бош Авто Сервис насчитывает более 12 000 сервисных станций во всем мире.

Проект по созданию в Украине сети универсальных станций технического обслуживания под торговой маркой BOSCH SERVICE компания Роберт Бош начала реализовывать в январе 2002 года. В Украине данная сеть СТО является единственной концепцией универсальной фирменной станции с европейским качеством обслуживания автомобилей от ведущих производителей мира.

Компания Роберт Бош предъявляет определенные требования к кандидатам, которые хотят получить право на использование торговой марки BOSCH SERVICE, а именно:

- иметь частную форму собственности компании;
- навыки и опыт работы в сфере автосервиса и (или) торговли автозапчастями;
- отсутствие авторизации других торговых марок производителей автозапчастей, не согласованных с Бош;
- владение зданием (или аренда минимум 10 лет) которое расположено на проездом хорошо видном месте отно-

- выполнение послепродажного гарантийного обслуживания автозапчастей BOSCH.

Со своей стороны, компания Роберт Бош предоставляет комплексную поддержку кандидатам по организации станции "под ключ". Консультирует по вопросам проектирования здания, размещения оборудования, планирования помещений станции и организации работы автосервиса, организации оптовой и розничной торговли. Предоставляет техническую документацию по оборудованию и технологии ремонта автомобилей. Организует и проводит технические тренинги, а также тренинги по продажам и маркетингу. Для сотрудников СТО Бош Сервис организована "горячая линия" снабжения необходимой технической информацией. Для поддержания и продвижения торговой марки, увеличения продаж компания Роберт Бош проводит национальные и региональные рекламные акции в сети СТО Бош Сервис.

На сегодняшний день в Украине предоставляют услуги и полностью отвечают корпоративным стандартам 20 авторизованных станций Бош Сервис. В ближайшее время к ним присоединятся еще 32 СТО, с которыми уже подписаны Сервисные договора. В ближайших планах компании Роберт Бош - создание сети BOSCH SERVICE, состоящей из 60-70 СТО BOSCH SERVICE, которая охватила бы всю территорию Украины.



Тезисы Бош относительно качества продукции

... Я пытался выполнять работу только так, чтобы она выдерживала объективную проверку, то есть **из хорошего самое лучшее**. Я всегда руководствовался принципом: **Лучше потерять деньги, чем доверие.**

Robert Bosch

Классификации станций Бош Авто Сервис по профилю



Профиль	Оказываемые услуги	Необходимое оборудование и программное обеспечение
 	- техническое обслуживание - диагностика - ремонт легковых автомобилей и микроавтобусов	СТО должна иметь минимум 3 участка для проведения следующих работ: 1 участок: диагностика и ремонт систем зажигания, электрики, электроники (в т. ч. систем управления бензиновыми и дизельными двигателями, комфортом и т.д.). Основное оборудование: мотор-тестер FSA, диагностический тестер KTS, приборы для диагностики элементов топливной системы (например, прибор проверки дизельных форсунок EPS100) и т.д. 2 участок: диагностика ходовой части. Основное оборудование: линия инструментального контроля SDL. 3 участок: общие механические работы. Основное оборудование: подъемное оборудование, шиномонтажный и балансировочный станки. Необходимое программное обеспечение: ESI[tronic]- сегменты A, C9, M, P и C-Archiv.
 	- техническое обслуживание - диагностика - ремонт легковых автомобилей, микроавтобусов, грузовых автомобилей, автобусов, полуприцепов и т.д.	СТО должна иметь минимум 4 участка для проведения следующих работ: 1 участок: диагностика и ремонт систем зажигания, электрики, электроники (в т. ч. систем управления двигателями, комфортом и т.д.). Основное оборудование: мотор-тестер FSA, диагностический тестер KTS, дымометр. 2 участок: диагностика и ремонт элементов топливной системы. Основное оборудование: прибор проверки дизельных форсунок EPS100, наборы оборудования для ремонта насос-форсунок, ступенчатых форсунок, монтажа/демонтажа ТНВД. 3 участок: диагностика ходовой части. Основное оборудование: тормозной стенд BSA, оборудование для контроля тахографов. 4 участок: общие механические работы. Основное оборудование: подъемное оборудование. Необходимое программное обеспечение: ESI[tronic]- сегменты A, C9, M, P и C-Archiv.
 	- техническое обслуживание - диагностика - ремонт легковых автомобилей и микроавтобусов - ремонт дизельных ТНВД типов A, M, MW, P, H, VE	СТО должна иметь минимум 4 участка для проведения следующих работ: 1 участок: диагностика и ремонт систем зажигания, электрики, электроники (в т. ч. систем управления бензиновыми и дизельными двигателями, комфортом и т.д.). Основное оборудование: мотор-тестер FSA, диагностический тестер KTS, приборы для диагностики элементов топливной системы (например, прибор проверки дизельных форсунок EPS100) и т.д. 2 участок: диагностика ходовой части. Основное оборудование: линия инструментального контроля SDL. 3 участок: общие механические работы. Основное оборудование: подъемное оборудование, шиномонтажный и балансировочный станки. 4 участок: ремонт и обслуживания дизельной топливной аппаратуры. Основное оборудование: стенд для проверки и регулировки ТНВД EPS815, измерительная система KMA, наборы специнструмента и принадлежностей для ремонта и регулировки ТНВД типов A, M, MW, P, H, VE; прибор проверки дизельных форсунок. Необходимое программное обеспечение: ESI[tronic]- сегменты A, C9, D, M, P, W и C-Archiv, W-Archiv.
 	- техническое обслуживание - диагностика - ремонт всех систем управления дизельными двигателями BOSCH, дизельных топливных систем и их компонентов, в т.ч. ТНВД типов A, M, MW, P, H, VE, VP29/30/44, насос-форсунок, систем Common Rail, насос-трубопровод-форсунка	СТО должна иметь минимум 2 участка для проведения следующих работ: 1 участок: диагностика и ремонт всех систем управления дизельными двигателями и их компонентов. Основное оборудование: диагностический тестер KTS, приборы для диагностики элементов топливной системы и т.д. 2 участок: ремонт и обслуживания дизельной топливной аппаратуры. Основное оборудование: Стенд для проверки и регулировки ТНВД EPS815, измерительная система KMA, наборы специнструмента и принадлежностей для ремонта, проверки и регулировки ТНВД типов A, M, MW, P, H, VE, VP29/30/44, насос-форсунок, ступенчатых форсунок, ТНВД системы насос-трубопровод-форсунка, ТНВД и инжекторов системы Common Rail; прибор проверки дизельных форсунок EPS100, инструмент для монтажа/демонтажа ТНВД. Необходимое программное обеспечение: ESI[tronic]- сегменты A, C7, D, W, K, ZD, ZW, W-Archiv.
 	- техническое обслуживание - диагностика - ремонт систем управления дизельными двигателями, дизельных топливных систем и их компонентов, в т.ч. ТНВД типов A, M, MW, P, H, VE	СТО должна иметь минимум 2 участка для проведения следующих работ: 1 участок: диагностика и ремонт систем управления дизельными двигателями и их компонентов. Основное оборудование: диагностический тестер KTS, приборы для диагностики элементов топливной системы и т.д. 2 участок: ремонт и обслуживания дизельной топливной аппаратуры. Основное оборудование: стенд для проверки и регулировки ТНВД EPS815, измерительная система KMA, наборы специнструмента и принадлежностей для ремонта и регулировки ТНВД типов A, M, MW, P, H, VE; прибор проверки дизельных форсунок EPS100, инструмент для монтажа/демонтажа ТНВД. Необходимое программное обеспечение: ESI[tronic]- сегменты A, C7, D, W, ZD, ZW, W-Archiv.

Использование диагностического оборудования Bosch является обязательным.

Использование технологий и руководств Bosch, содержащихся в программном обеспечении ESI[tronic], является обязательным. Подробный перечень оборудования содержится в "Стандартах Bosch для тестирующего оборудования и инструмента".

ОПУС

АВТОЗАПЧАСТИНИ

ВІД ПРОВІДНИХ СВІТОВИХ ВИРОБНИКІВ
Більше 20 000 найменувань

Деталі двигунів

Елементи трансмісії

УВАГА! Вже сьогодні у нас Ви знайдете все, що потрібно для якісної підготовки Вашого автомобіля до осінньо-зимового сезону!

Деталі та деталі системи охолодження

Деталі тормозної системи

Автохімія, змащувальні матеріали

м. Хмельницький, т. (0382) 711 000, info@opus.km.ua
м. Київ, т. (044) 467 55 75, info@opus.kiev.ua
м. Дніпропетровськ, т. (056) 779 31 21, info@opus.dp.ua
м. Вінниця, т. (0432) 52 20 21, info@opus.vinnica.ua
м. Тернопіль, т. (0352) 52 99 27, info@opus.te.ua
м. Донецьк, т. (062) 385 65 32, info@opus.dn.ua
м. Харків, т. (057) 707 00 98, info@opus.kh.ua
м. Одеса, т. (0482) 33 79 95, info@opus.odessa.ua
м. Львів, т. (032) 242 02 12, info@opus.lviv.ua

www.opus.ua

«ІНТЕР-ФІЛЬТР 2004»
Офіційний дистриб'ютор

Fleetguard® **FILTRON®**

ФІЛЬТРИ
на легкові та вантажні авто,
автобуси, трактори,
комбайни, стройтехніку,
катери, яхти
Пропонуємо фільтри
на Богдан (Isuzu),
Chevrolet та DAEWOO

т. (044) 519-18-10, 518-21-13, 518-33-16
E-mail: filtron@inter-filter.kiev.ua
www.inter-filter.kiev.ua

Спеціальна пропозиція для СТО та бюджетних організацій

www.avtoportal.net
www.intercar.mk.ua

ВЕЛИКИЙ ВИБІР НА СКЛАДІ
ПРЯМІ ПОСТАВКИ ІЗ ЗАВОДУ
КОНКУРЕНТНІ ЦІНИ

BERU

НАЙКРАЩА В УКРАЇНІ
ПРОПОЗИЦІЯ

АКЦІЯ
для оптових покупців

Офіційний дистриб'ютор в Україні

м. Миколаїв, вул. Дзержинського, 186 а
тел.: (0512) 553801, 249184, 249134
553792, 551683, 575972
E-mail: opt@intercar.mk.ua

КУЗОВ И ОПТИКА

Valeo **HELLA** **BOSCH**

MAGNET MARELLI
aftermarket

DEPO

TYG

embo

САРАТ

SH

АВТОТЕХНИКС®
ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ И СЕРВИС

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В УКРАИНЕ
02660, Киев, ул. Закревского, 16
тел. опт Киев: (044) 546 27 97
тел. опт регионы: (044) 536 09 45
http://www.autotechnics.ua

Информация о дилерской сети на **www.autotechnics.ua**

АВТОАКСЕССУАРЫ

Разработка и производство
в странах Европейского Союза

Sotra®

С ЗАБОТОЙ
О КАЧЕСТВЕ

С ЗАБОТОЙ
О КОМФОРТЕ



- » РЕЗИНОВЫЕ МОДЕЛЬНЫЕ КОВРИКИ САЛОНА
- » РЕЗИНОВЫЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОВРИКИ САЛОНА
- » ТЕКСТИЛЬНЫЕ КОВРИКИ САЛОНА
- » РЕЗИНО-ТЕКСТИЛЬНЫЕ КОВРИКИ САЛОНА
- » КОМБИНИРОВАННЫЕ КОВРИКИ САЛОНА 3D
- » СЕТКИ ДЛЯ САЛОНА
- » УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОВРИКИ БАГАЖНОГО ОТДЕЛЕНИЯ
- » БАГАЖНЫЕ СИСТЕМЫ И АВТОМОБИЛЬНЫЕ БОКСЫ

Официальный дистрибьютор в Украине

ELAN Automotive

08130, г. Киев, Украина,
ул. Большая Окружная, 4к
тел: +38 (044) 390 51 55
факс: +38 (044) 390 51 55
e-mail: sales@elanauto.com.ua
www.elanauto.com.ua

Купуючи радіатор на Mercedes Sprinter, ви отримуєте подарунки!



АКЦІЯ!

Inter Cars Ukraine
тел. 044 - 536 02 74
www.intercars.com.ua

Валмі Автомобілів
тел. 044 - 205 56 00
www.valmi.com.ua

Владислав
тел. 0562 - 32 15 15
www.vladislavauto.com

3inABTO
тел. 044 - 201 60 06
www.zipavto.kiev.ua

радіатори | обігрівачі | інтеркулери | кондиціонери | випаровувачі | осушувачі | вентилятори

Кепка, футболка, нашійний ремінець -
за кожен радіатор на Sprinter.

Акція діє з 15.09 до 15.11.2006р.

Nissens®

www.nissens.com.ua

DELIVERING THE DIFFERENCE

ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА ЗА ДОСТУПНУЮ ЦЕНУ



Kager - это марка автозапчастей, основателем и владельцем которой является фирма **Fota**.

Продукция по качеству не уступает запчастям, которые поставляются для первой комплектации, отвечает всем нормам безопасности и требованиям относительно качества, которые действуют в ЕС. Это достигается благодаря тщательному отбору поставщиков и наличию собственного сектора контроля качества.

Преимуществом **Kager** является понятная, последовательно организованная система каталогов, которые доступны в печатном виде, на CD и в режиме онлайн. Источник успеха **Kager** - совершенное качество продукции, привлекательный уровень цен, которые отвечают реальной рыночной ситуации, а также постоянное расширение и пополнение ассортимента.

На сегодняшний день в наличии 35 товарных линий и более 30 тысяч позиций.



ООО «Фота Украина», 04074, г. Киев, ул. Шахтерская, 5
Отдел запчастей к легковым автомобилям: (044) 2-063-063
Отдел запчастей к грузовым автомобилям: (044) 2-063-064
факс: (044) 2-063-061, e-mail: info@fota.com.ua,
www.fota.com.ua