

# АВТОМОБИЛЬНАЯ Покраска

№ 1 ` 2007

Журнал для практиков автосервиса



Водорастворимые технологии присутствуют на мировом рынке более 15 лет. С 1 января 2007 года для всех стран ЕС запрещено использование базовых эмалей на основе органических растворителей. «Glasurit», обладая примерной долей рынка в 40% в сегменте водорастворимых красок, является лидером в мире. В Украине водорастворимые технологии первой внедрила торговая марка «Glasurit».

Импортер продукции «Glasurit» в Украине - ООО «Топ Лак Украина»  
Украина, 04136, г. Киев-136, ул. Северо-Сырецкая, 3  
тел./факс: (044) 239-98-60, -59, -58, e-mail: toplacua@toplacua.com.ua

Проект  
издательства

**autoExpert**

[www.autoExpert.com.ua](http://www.autoExpert.com.ua)

## ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ АВТОСЕРВІСУ ТА СИСТЕМИ ПІДБОРУ АВТОЕМАЛЕЙ



**SATA**

**3M**

Матеріали  
Весь спектр матеріалів для кузовного ремонту та фарбування

**PROFIX**

**Colad**®

**PPG**

Промислові фарби

- 67 базових компонентів
- 1 л. "металік" - 16,37€
- 1 л. "перламутр" - 19,64€
- 16 акрил-уретанових компонентів
- 1 л. - 11,65€

м. Київ, вул. Кіквідзе, 29 тел: (044) 469-08-77,  
286-4869, 286-49-16 www.profix04.com.ua profix04@voliacable.com



# MOBHEL®

Ексклюзивний представитель в Україні и Молдове программы MOBHEL производства HELIOS GROUP (Словения)  
Предлагает полный ассортимент материалов, необходимых для качественного ремонта лакокрасочного покрытия автомобиля:

- Системы подбора автоэмалей MOBHEL для всех видов покрытий, техническая поддержка и обучение.
- Автоэмали MOBHEL готовых цветов (алкидные, акриловые, металлики), широкий спектр цветовой гаммы.
- 2К акриловые лаки MOBHEL.
- ПЭ шпатлевки, 2К и 1К грунтовки для поверхностей всех типов, отвердители, разбавители, добавки MOBHEL.
- Материалы для окраски "переходом", окраски пластика, материалы PRESTIGE серии (хамелеон).
- Абразивные материалы SMIRDEX (Греция), малярные ленты, сварочная проволока, покрасочный инструмент.

*Дилерская сеть и система доставки по всей Украине*

69050, г. Запорожье, ул. Космическая, 124/1  
тел./факс: 8 (061) 213-85-92, E-mail: office@progress.zp.ua



ООО КОМПАНИЯ  
**ТРОГРЕСС**



## Станок ДСТ-4

Універсальний для рихтування дисків

- металевих дисків R-12...R-18
- рихтування легкованних дисків методом гідравлічного витискування
- станок перелаштовується як токарний для обточування дисків
- двохшвидкісний

телефон: (067) 672-08-72

ПП Дорощук Т.М.

## ПОКРАСОЧНО-СУШИЛЬНЫЕ КАМЕРЫ

С ДОСТАВКОЙ И УСТАНОВКОЙ  
**14 500\$**

тел.: 8 (067) 470-22-96  
тел.: 8 (0472) 64-15-84



e-mail: lik@uch.net

http://lik.uch.net



ПОДПИСКА  
НА ЖУРНАЛ В РЕДАКЦИИ

тел.: (044) 493-45-70



## Рынок

### 4 Рынок ЛКМ: оценка операторов. Состояние, конкурентная борьба, перспективы

*В успешности компании не последнюю роль играет уровень информированности о тенденциях, изменениях и процессах, происходящих на рынке. Составляя вопросы анкеты, мы пытались дать читателю максимально полное представление о сложившейся на рынке ЛКМ ситуации, направлениях его развития, особенностях конкурентной борьбы и, собственно, предложениях украинских фирм.*



## Колористика

### 10 Подбор автоэмалей. Из опыта колориста

*С каждым годом изменения идут не только по пути расширения цветовой гаммы автоэмалей, но и придания им новых эффектов, что достигается увеличением количества в составе краски определенных компонентов и использованием новых. Это усложняет работу колористов и требует от них высокого профессионализма. О специфике работы людей данной профессии, ее сложностях и возникающих нюансах при подборе краски рассказывает колорист киевской СТО «Добробут» Алексей Левченко...*



### 14 Фактор точности - цвет

## Покраска

### 20 Окраска «плавным переходом». Необходимость или излишество?

*Рассмотрим данный метод окраски с различных углов зрения, покажем его положительные и отрицательные стороны...*

### 24 Окраска «вазовских» бамперов

*В этой статье мы решили познакомиться с проблемой покраски пластмассовых автомобильных деталей вообще и, в частности, таких уязвимых элементов, как бамперы. Поводом для этого явилось мнение о том, что пластмассовые бамперы новых «вазовских» моделей ремонтной покраске не подлежат...*



**ПОДПИСКА  
НА ЖУРНАЛ  
«АВТОМОБИЛЬНАЯ  
ПОКРАСКА»**

**Гарантированная доставка в ваши руки  
6 номеров в год - 30 грн.**



**тел.: (044) 493-45-70**

# РЫНОК ЛКМ: ОЦЕНКА ОПЕРАТОРОВ

## Состояние, конкурентная борьба, перспективы

Среди факторов, имеющих наибольшее влияние на степень успешности компании, далеко не последнюю роль играет уровень информированности организации о тенденциях, изменениях и процессах, происходящих на рынке. В условиях обилия данных о поле деятельности непосредственно, конкурентах, их ассортименте, сервисе и т.д. намного легче строить свою "оборонительную линию" по отношению к соперникам в гонке за потребительские симпатии. Утверждение "Знание - сила!" в условиях ожесточающейся конкуренции звучит аксиомой.

Законы, действующие на рынке лакокрасочных материалов, ничем не отличаются от законов функциониро-

вания любого другого рынка. Здешиим игрокам точно так же жизненно необходимо четкое представление о происходящем, чтобы иметь возможность не только абстрактно анализировать свою работу, делать определенные прогнозы, но и вносить полезные коррективы на практике. Примером может служить выбор поставщика ЛКМ...

Составляя вопросы анкеты для украинских операторов, мы руководствовались именно такими положениями, пытаясь через ответы торгующих компаний дать читателю максимально полное представление о сложившейся на рынке ЛКМ ситуации, направлениях его развития, особенностях конкурентной борьбы и, ►



► собственно, предложениях украинских фирм.

Ознакомьтесь с ответами наверняка будет интересно не только руководящей, но и исполнительской цепи компаний, поскольку затронуты разные стороны деятельности торгующих ЛКМ организаций.

На отосланные предложения принять участие в подготовке опроса откликнулось достаточно много операторов, что позволяет дать более отчетливую его карти-

ну. Этот материал - своего рода мозаика: чем больше мелких частичек, тем ярче, контрастнее и четче выходит узор... К слову, количество "частичек" позволяет разделить материал на несколько частей, которые будут выходить по очереди. Поэтому в данном выпуске журнала представлена только часть ответов; продолжение вы сможете увидеть в следующих номерах "Автомобильной покраски".

## Итак, операторам рынка ЛКМ было предложено ответить на следующие вопросы:

**1.** Украинский рынок лакокрасочной продукции уже достаточно зрелый. Однако можно ли сказать, что на сегодняшний день он абсолютно стабилен? Возможны ли какие-то "сотрясения" и смены позиций тех или иных брендов?

**2.** По Вашему мнению, какие бренды (производители) являются наиболее крупными и влиятельными игроками на мировом рынке, Европы и Украины? Какова приблизительная доля каждого?

**3.** Что Вы можете сказать о конкурентной борьбе между представителями ЛКМ на нашем рынке? Справедливо и честно ли она ведется?

**4.** Как Вы думаете, что входит в понятие "правильная конкуренция"? По каким правилам должны проводиться "состязания" компаний?

**5.** Многие как об одном из преимуществ говорят о широте ассортимента производителя. По Вашему мнению, имеет ли это решающее значение в завоевании клиента? Что должно выступать в качестве основных критериев выбора того или иного поставщика/марки ЛКМ?

**6.** Легко ли сегодня продвигать в Украине продукцию для проведения ремонтной окраски автомобилей? Какие товары пользуются наибольшим спросом?

**7.** Проводится ли разделение клиентов на группы (например, специализированные, универсальные СТО, частные автовладельцы и т.д.)? Какая из них является наиболее "ценной" для поставщика ЛКМ?

**8.** Все большее распространение в Европе получают продукты на водной основе, если не сказать, что многие страны уже перешли на данные материалы. Как обстоят дела в Украине? По Вашим прогнозам, как скоро материалы на водной основе смогут у нас вытеснить "традиционные" ЛКМ?

**9.** В общении с малярами и колористами было замечено, что пока многие недостаточно проинформированы об ЛКМ на водной основе, их недостатках и преимуществах, технологиях подбора и нанесения. Какая информация о материалах данной группы есть в активах Вашей компании?

**10.** Несмотря на недостаток информации, практически все маляры и колористы готовы попробовать поработать с "инновационными" продуктами: материалами на водной основе. Вы можете сегодня им предложить данные товары? На каких условиях вы будете их поставлять? Какова будет их стоимость и от чего она зависит? На данный момент, по Вашему мнению, целесообразно ли переходить на эти материалы в Украине?

**11.** Любая компания, ведя борьбу за клиента, старается предложить максимально выгодные условия сотрудничества. Что в этом плане делает ваша компания? Какие мероприятия проводятся для привлечения покупателя?

**12.** Каким Вы бы хотели видеть украинский рынок ЛКМ? Как, по Вашему мнению, к этому можно прийти и что нужно сделать в первую очередь?

## «Стабильность рынка - это иллюзия, которой тешат себя фирмы, остановившиеся в развитии»



**Павел Шумейко, директор департамента ЛКМ ООО «Компания «Прогресс» (TM Mobihel)**

**1.** Стабильность рынка - это иллюзия, которой тешат себя фирмы, по тем или иным причинам остановившиеся в развитии. Что касается украинского рынка авторемонтных ЛКМ, его можно охарактеризовать как стихийно-изменяющийся, переходящий в условно-стабильный. Отличительной чертой являются попытки некоторых "сверх новых" торговых марок сделать "блицкриг" на рынке ЛКМ. Основным оружием у них является цена и броские акции. К сожалению, доверившихся им потребителей постигает горькое разочарование. Приобретение "сырых" систем подбора краски, не попадающих в цвет металликов,

раз и навсегда вызывает стойкое отвращение к таким торговым маркам. Кроме того, у многих фирм сильно "хромеет" стабильность поставок.

**2.** Существующие в настоящее время наиболее значительные игроки мирового класса, такие как PPG, DuPont, BASF, AkzoNobel и другие в той или иной мере присутствуют на рынке Украины. Однако наиболее ощутимо на отечественном рынке присутствие наших братьев - славян. Это объяснимо, поскольку между нашими эконо- миками нет такого огромного разрыва, как с ведущими странами Запада, а значит, предлагаемый ими продукт ориентирован на ►

► подобного типа рынок. Вместе с тем, вхождение восточноевропейских стран в Евросоюз приблизило их производителей вплотную к стандартам Запада - это условие их выживания. Соответственно, их продукт в настоящее время становится не только ценовым, но и качественным конкурентом по отношению к мировым брендам. Среди восточноевропейских марок, выдержавших испытание временем на украинском рынке, можно назвать NOVOL (Польша) - лидера (в объемах продаж) в грунтах и шпатлевках, и MOBHEL производства фирмы HELIOS (Словения) - лидирующего как в объемах продаж, так и динамике развития в финишных лакокрасочных покрытиях и системах подбора.

**3-4.** Без конкуренции нет прогресса. Другой вопрос - как и какими методами ведется эта борьба. В любом случае, если фирма применяет "грязные" методы в конкурентной борьбе, такие как антиреклама конкурентов, демпинг и т.п., это говорит о слабости их позиций и о том, что других аргументов уже не осталось. Уважения достойны те, кто завоевывает рынок систематической работой по продвижению торговой марки, которое сопровождается мощной технологической и информационной поддержкой, хорошим сервисом.

**5.** Широта ассортимента производителя в случае, если эти продукты произведены им, а не "разлиты" под его торговой маркой, говорит, прежде всего, о возможности его производства, а не ноу-хау, которыми располагает производитель. Полнота ассортимента обеспечивает системный подход к покраске - без применения полной системы конечный результат непредсказуем. О солидности производителя свидетельствуют и ультрасовременные материалы в его ассортименте, такие, как нано-лаки, хамелеоны, водорастворимые материалы, материалы с низким содержанием органических растворителей (в соответствии нормам ЕС) и т.п. Огромную роль играет количество рецептур, разработанных производителем для лабораторий подбора цвета. Так в 2007 году количество рецептур в программе MOBHEL достигнет порядка 70 000, из них для классической системы - более 40 000 рецептур и около 30 000 - для

водорастворимой базы.

**6.** Учитывая консервативность операторов рынка среднего звена, от которых многое зависит, консервативность в квадрате у маляров, продвижение новых торговых марок в тех товарных группах, жизненный цикл которых близится к закату, - задача нереальная. К таким можно отнести алкидную группу авторемонтных ЛКМ.

В отношении молодых товарных групп наблюдается наиболее жесткая конкуренция - пытаются многие, а выживают сильнейшие.

Следует учесть, что структура автопарка существенным образом обновляется, поэтому в погоне за сбытом на первые места перемещаются системы подбора цвета, за которыми будущее. Тут пока вне конкуренции системы подбора цвета MOBHEL.

**7.** Мы даем клиенту то, чего он хочет: торговцам - стабильный заработок, владельцам СТО - стабильную поставку и сервисное сопровождение, малярам - покраску без последствий, а автолюбителям - красивую легенду (тот результат, которой они ожидали). Ценность клиента определяется не количеством проданной ему краски, а преданностью его торговой марке. Фанаты MOBHEL - наилучшие клиенты нашего предприятия.

**8-9-10.** Известно, что в Евросоюзе вступил в силу закон, существенно ограничивающий применение ЛКМ на основе органических растворителей (директива ЕС №2004/42/ЕС). Поэтому большинство европейских производителей выпустили системы подбора на водной основе. Их применение, а также хранение существенно отличается от обычных ЛКМ. Покрасочная камера для окраски водорастворимой базой должна обеспечивать циркуляцию воздуха не менее 28 000 кубометров в час, иметь специальные сопла для направления воздушного потока. Хранить эту краску нужно в диапазоне температур от +5 до +35°С. Более подробно особенности применения водорастворимой базы MOBHEL можно изучить и попробовать поработать на презентациях, которые наша фирма проводит регулярно во всех регионах Украины. На презентациях проводится комплексное обучение маляров и технических работников основам и нюансам ра-

боты с материалами MOBHEL. Проводят презентации как специалисты фирмы HELIOS, так и работники нашего предприятия: маляр-инструктор, колорист-инструктор и инженер-технолог.

Говорить о массовых поставках на Украину водорастворимых ЛКМ пока преждевременно ввиду неподготовленности материальной базы. Заявки на водорастворимую систему подбора пока будут рассматриваться как эксклюзивные. Водорастворимая база имеет более высокую укрывистость. Поэтому стоимость материала для покраски единицы площади будет приблизительно такой же, что и у обычной металл-базы, подобранной на пунктах подбора цвета.

**11.** Сейчас динамично развивается сеть лабораторий подбора цвета MOBHEL, и вопрос подготовки квалифицированных кадров для работы на установке подбора является очень важным. Для решения этой проблемы в феврале 2007 году ООО "Компания "Прогресс" открывает современный учебный центр подготовки колористов в г. Запорожье.

Курс обучения в учебном центре позволит колористам научиться с минимальными затратами времени и материалов подбирать цвет ремонтного покрытия, а также применять различный инструментарий, предназначенный для подбора цвета, электронные весы, оборудование для сушки образцов и т.п.

Главное преимущество нашей компании - это ставка на молодых высококвалифицированных специалистов, основная задача которых - обеспечение сопровождения клиента любого уровня в достижении общих целей. Большинство наших сотрудников прошли обучение на заводе производителя (группы HELIOS), также постоянно ведется работа по повышению их квалификации. Наш состав в большинстве своем состоит из экспертов авторемонтного лакокрасочного рынка, благодаря чему клиент получает максимальный результат при минимальных затратах.

**12.** Рынок ЛКМ неизбежно придет к цивилизованным формам. Сектор дешевых и низкосортных покрытий значительно сократится, уступив объем среднего класса и премиум-брендам, среди которых ярко будет представлена авторемонтная программа MOBHEL.

# «Кажущаяся дешевизна оборачивается двойным увеличением затрат на работу»



**Артурас Кулешюс,**  
управляющий продажами  
**Spies Hecker в Украине**  
компании «Колорит ЛТД»

**1.** Рынок, в принципе, стабилен, и даже появление нового игрока не слишком скажется на его распределении. Смена позиций возможна лишь при значительных вложениях на развитие того или иного бренда со стороны его представителей и значительного демпинга. А так, рынок распределен, цены примерно стабилизированы, ведется планомерная работа с клиентом, нацеленная на долгосрочные отношения.

**2.** Исходя из практики, не думаю, что кто-либо внятно ответит на этот вопрос. Свое присутствие на рынке ЛКМ оцениваем примерно в 12-14%. Это немало, учитывая, что его львиная доля представлена в третьесортных дешевых материалах. Таковы реалии украинского рынка. Большинство автомалюров до сих пор ориентированы на дешевые, низкосортные материалы для увеличения собственного дохода. Иногда из-за своей экономической и технической безграмотности. Порой кажущаяся дешевизна оборачивается увеличением затрат на работу вдвое, а то и втрое из-за того, что приходится по несколько раз переделывать одну и ту же операцию, работая некачественными продуктами, или, в конечном варианте, брать дорогой продукт.

Основными игроками на украинском рынке по-прежнему остаются Du Pont, Spies Hecker, Standox, Sikkens, Glazurit, RM, PPG и несколько довольно экзотично смотрящихся на

нашем рынке марок, как японская Rock Paint или американская Scherwin Williams.

**3-4.** Конкуренция всегда присутствовала. Насчет того, честная или нечестная, думаю, пусть останется на совести тех, кто, пренебрегая логикой и здравым смыслом, поливает грязью своих конкурентов. Примеры приводить не буду, но на рынке есть такие компании, а точнее, их персонал, который, компенсируя свои профессиональные "умения" и "знания", придумывает "страшилки" о своих оппонентах, а в финале, как понимаете, истина всегда всплывает.

Здоровая конкуренция, в основном, выгодна для конечного потребителя: появляется возможность свободного выбора.

**5.** Это является одним из основных преимуществ любой компании, когда она дает возможность выбора для клиента любого сегмента автомобильного рынка, начиная от элитно-дорогого и заканчивая изрядно "потрепанными" "Жигулями" и "Запорожцами". И самое главное для всех сегментов - предоставить последовательную технологическую линейку, соблюдающую максимальную адаптированность материалов друг к другу. Из-за специфики товара самое важное - иметь хорошо подготовленных технических консультантов, которые могут компетентно на высоком профессиональном уровне решить технические проблемы, объяснить особенности того или другого товара, таким образом, занимаясь превенцией проблем и оптимизацией производства клиента.

**6.** Нелегко. И, прежде всего, из-за пока довольно низкого профессионализма конечного потребителя. Над повышением уровня постоянно работает наш технический отдел. Товары? Конечно же, краски, двухкомпонентные наполнители и лаки Spies Hecker. Хотя, на самом деле, даже многие конкуренты (в узком кругу) признают, что качество некоторых наших товаров существенно превосходит их материалы.

**7.** Конечно, разделение клиентов на группы проводится, но оговорюсь, для нас любой покупатель важен и мы боремся за него. Но как вы понимаете, существует определенная градация. Прежде всего, максимальное внимания уделяем брендо-

вым СТО основных автомобильных производителей.

**8.** Перейти на "воду" СТО заставил, прежде всего, новый европейский норматив содержания органических летучих веществ.

Да, продукты на водной основе имеют ряд преимуществ над так называемыми сольвентными (обычными) материалами на основе растворителей, но некоторые особенности, в первую очередь цена, пока мешают их массовому появлению в Украине. Но, к примеру, благодаря философии компании Toyota, ее стремлению к максимальному сокращению выброса вредных веществ в атмосферу, водная краска появится уже к середине этого года на большинстве крупных дилерских СТО этой марки. Наша компания, "Колорит Лтд", выбрана "Toyota-Украина" провайдером для этого продукта.

**9.** Рассказывать о материалах на водной основе можно много, и, думаю, это тема отдельного разговора. Могу сказать, что, помимо экологичности, данный материал имеет ряд существенных экономических достоинств, в частности - расход материала, его укрывистость.

**10.** Прежде всего, поставляться такого рода материалы будут на хорошо оборудованные СТО, где персонал пройдет предварительное обучение нашими техниками, получит теоретические и практические знания по работе с такого рода материалами.

**11.** Естественно, я не буду разглашать коммерческие тайны относительно работы с клиентурой, но хочу сказать, что в настоящее время мы проводим очень гибкую политику относительно клиентуры. Что касается поддержки существующих клиентов, то основной наш конек - обучающие акции, работа как с техническим персоналом наших клиентов, так и наладка менеджмента, оптимизация кузовного производства СТО. Комплексные решения по внедрению инновационных материалов и т.д.

**12.** Стабильно развивающийся, с грамотным подходом к коммерции и, конечно же, со здоровой конкуренцией. Образование! Повышение квалификации работающих маляров, колористов подготовщиков, руководителей малярно-кузовных участков.

# «Конкуренція не повинна суперечити законодавству, інших правил бути не може»



**Роман Малімон, технічний консультант компанії «Власт» (ТМ АРР)**

**1.** На сьогоднішній день ринок ЛФМ стабільний в своєму розвитку. Потрясіння можливі, але незначні. Це зумовлено інертністю кінцевих споживачів. Зміна позицій брендів відбувається постійно, ринок еволюціонує.

**2.** Оскільки в Україні визначити долю кожного бренда реально неможливо, тому порівнювати якісні цифри не є коректним.

**3.** Про конкурентну боротьбу можна сказати, що вона відбувається досить цивілізовано. Компанії намагаються знайти кожна свою нішу на ринку та поступово витіснити конкурентів по тим позиціям, що можливо, не вступаючи у відкриті жорсткі сутички і, по можливості, знаходити спільну мову задля досягнення мети - збільшення продаж. Усякі жорсткі дії вимагають значних капіталовкладень, які з огляду на інертність

кінцевих споживачів є не виправданими на сьогоднішній день.

**4.** Конкуренція не повинна суперечити законодавству, інших правил бути не може. Поняття "правильної" і "неправильної" конкуренції не повинно існувати.

**5.** Основним критерієм повинна бути економічна обґрунтованість клієнтом своїх дій і на це впливає дуже багато факторів, як то: ціна, якість, асортимент, стабільність та оперативність поставок, простота у використанні, інформаційна та технологічна підтримка, особиста неприязнь тощо.

**6.** Дуже нелегко, але реально. Продається усе, якщо фірма проводить правильну і продуману маркетингову та кадрову політику.

**7.** Розділ клієнтів на групи, звичайно, проводиться. У нас це дилери та кінцеві споживачі (СТО). Робота з ними ведеться за різними напрямками і з різними підходами відповідно до потреб кожного. Перевага віддається найбільш лояльним клієнтам, зацікавленим у розширенні взаємовигідної співпраці.

**8.** В переважній більшості матеріали на водній основі не використовуються і такий стан справ може змінитися лише коли спеціалісти зрозуміють, що використання даних продуктів є економічно обґрунтованим, в тому числі і через зміни в законодавстві.

**9.** Так воно і є. Фірми, що пропонують водні технології, роблять ставку на великі СТО, бо не мають

фізичної можливості та бажання проводити дії по впровадженню таких технологій в маси з примарним на сьогоднішній день ефектом.

**10.** АРР не має системи підбору фарб і не може запропонувати, наразі, повний цикл, але деякі допоміжні матеріали вже є, і ми готові їх постачати на загальних умовах. Економічно обґрунтованих передумов для масового переходу на водні матеріали зараз я не бачу.

**11.** Для залучення покупців наша компанія здійснює багато заходів: ми налагодили систему активних продаж, організували оперативну доставку, проводимо інформаційну та технологічну підтримку. АРР продає не просто матеріали, а технології, які дозволяють нашим клієнтам задовольнити свої потреби. Наше гасло: "Багаторічна партнерська співпраця із задоволеним споживачем".

**12.** Суттєвою проблемою є те, що люди в Україні, в переважній більшості, ще не навчилися рахувати свої гроші і втрату робочого часу не вважають втратою грошей, а тому впровадження нових технологій є дуже важкою справою. З іншого боку, зараз дуже високі вимоги до ремонтного виробництва в галузі кузовного ремонту, які в багатьох випадках переважають стандарти самих виробників транспортних засобів, оскільки автомобіль ще не став лише засобом пересування, а досі є ознакою соціального та матеріального стану свого власника.

## «Ассортимент – это важное условие, но не решающее»

**Дмитрий Филиппов, директор автомобильного направления торговой компании «Колор-Юнион» (ТМ Dupa Coat, Sadolin, Novol)**

**1.** Говорить о том, что рынок автомобильных лакокрасочных материалов абсолютно стабилен, нельзя, т.к. абсолютно стабильных рынков нет. Смены позиций тех или иных брендов возможны, т.к. в условиях меняющегося рынка естественно как появление новых брендов, так и вытеснение устаревших марок.

**2.** В Украине представлены това-

ры таких известных мировых производителей, как Akzo Nobel, Du Pont, PPG, BASF. На украинском рынке эти компании имеют приблизительно равные доли. Они являются наиболее крупными и влиятельными игроками как в Украине и Европе, так и на мировой арене.

**3.** Везде, где отсутствует монополия, есть конкуренция. Рынок автомобильных ЛКМ - не исключение, и конкуренция в борьбе за клиента, конечно же, есть. Справедливо и честно ли она ведется? Каждая компания выбирает для себя свой способ поведения, и выбор зависит

от конкретных стратегических целей компании. Например, для одних важно заработать только сегодня, и что будет завтра - не важно. Очевидно, что самый простой способ в этом случае - демпинг. Компании же, которые заботятся о своем будущем, вероятно, будут вести себя иначе, и здесь выбор способов и плоскостей конкуренции гораздо шире, чем только цена.

**4.** Понятие "правильная конкуренция" к условиям реально существующего рынка вряд ли применимо. Как было сказано ранее, на рынке существуют абсолютно раз-

# «В ближайшее время можно ожидать большого притока в страны СНГ именно «традиционных» материалов»



**Роман Панивский,**  
**генеральный директор**  
**компании «Колор R-M»**  
**(TM Du Pont, U-Pol)**

**1.** Рынок лакокрасочной продукции в Украине состоявшийся, но законодательство на сегодняшний день у нас в стране несовершенно (таможенные законы, прохождение сертификации товара и другое). Поэтому сказать, что он абсолютно стабилен, на мой взгляд, нельзя. Глобальных "сотрясений" и смен позиций вряд ли можно ожидать в ближайшие 5 лет, а вот небольшие изменения вполне реальны.

**2.** Как на мировом рынке, так и на европейском в частности лидерами являются такие бренды, как 3M, Du Pont, U-Pol, Glasurit, R-M, Standox, Sikkens - среди более дорогих марок, Novol, Sadolin - среди более доступных в цене брендов.

**3.** Конкурентная борьба возрастает на рынке Украины. Честно или нечестно - не мне судить, но ради справедливости могу отметить, что некоторые факты, с которыми приходится сталкиваться мне, нашим партнерам

и нашим клиентам, говорят о нарушении правил ведения честной и справедливой борьбы.

**4.** Правильная конкуренция это:

- качество, гарантированное сертификатом;
- предоставление полной информации о товаре, о его преимуществах и о сложностях, которые могут возникнуть в процессе работы;
- проведение обучения специалистов, которые будут работать с продуктом.

**5.** Широта ассортимента - это, конечно, не единственный момент, влияющий на выбор клиента. Но достаточно весомый и один из основных.

**6.** Не очень легко, т.к. рынок все-таки еще не достаточно цивилизован. Прежде чем отдастся предпочтение некачественному, но зато дешевому, продукту. Либо товар без сертификата, либо фасовка не соответствует заявленной на упаковке и т.п. Все это влияет на качество и, соответственно, цену.

**7.** Разделение клиентов на группы, конечно, проводится. О предпочтении той или иной группы можно говорить. Но, к примеру, крупные СТО как клиенты более выгодны, чем мелкий "СТОшник", который работает в гараже. У первых и финансов больше, и объемы заказов крупные. А вот обучаться, брать на вооружение что-то новое, малознакомое, персонал крупных СТО не всегда готов. Специалисты часто могут долгое время не проявлять интереса к продукту из-за инертности: "давно работаем и лучше знаем, что нам надо", "что нового, как специалисту, Вы можете мне рассказать" и т.п. Фирменные СТО привязаны к тому или иному бренду, поэтому тоже не

ные компании с разными целями и задачами. От этих задач и зависит выбор конкурентной стратегии. Одни компании понимают "правила конкуренции" по-своему, другие - по-своему, причем эти понимания могут быть абсолютно разными и даже противоречивыми. Кроме того, ситуации на рынке и внутри компании могут меняться, конкурентная стратегия может оказаться устаревшей, и чтобы компания была интересна клиенту, принятые в прошлом "правила конкуренции" должны быть изменены.

**5.** Ассортимент - только часть того комплекса, по которым клиент выбирает поставщика. Ассортимент - это

важное условие, но не решающее. Клиент сам выбирает для себя тот комплекс условий, на которых он начинает и продолжает сотрудничество с поставщиком. Для одних это, например, ассортимент + низкая цена, для других - цена + отсрочка платежа.

**6.** Нет, не легко. "На каждый товар есть свой покупатель".

**7.** Да, сегментация проводится, и для нас, как для оптовой компании, значимым клиентом считаются дистрибуторы. Вместе с тем, мы с вниманием относимся к СТО, т.к. именно эти партнеры чувствуют рынок и задают тон.

**8.** Действительно, в масштабах мирового рынка наблюдается тенденция перехода к товарам, изготовленным на водной основе. Но это - не быстрый процесс, и в Европе, например, эти продукты займут свое место ориентировочно к 2010 г., в Украине, соответственно, к 2013 г.

**9.** Мы стараемся предоставить нашим клиентам полный комплекс услуг и стимулируем их покупательскую активность с помощью различных акций и мотивационных программ.

**10.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**11.** Мы стараемся предоставить нашим клиентам полный комплекс услуг и стимулируем их покупательскую активность с помощью различных акций и мотивационных программ.

**12.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**13.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**14.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**15.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**16.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**17.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**18.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**19.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

**20.** Хотелось бы видеть рынок динамично развивающимся, растущим, полным клиентов, желающих сотрудничать с компанией "Колор-Юнион", совместно зарабатывать и процветать.

и нашим клиентам, говорят о нарушении правил ведения честной и справедливой борьбы.

**4.** Правильная конкуренция это:

- качество, гарантированное сертификатом;
- предоставление полной информации о товаре, о его преимуществах и о сложностях, которые могут возникнуть в процессе работы;
- проведение обучения специалистов, которые будут работать с продуктом.

**5.** Широта ассортимента - это, конечно, не единственный момент, влияющий на выбор клиента. Но достаточно весомый и один из основных.

**6.** Не очень легко, т.к. рынок все-таки еще не достаточно цивилизован. Прежде чем отдастся предпочтение некачественному, но зато дешевому, продукту. Либо товар без сертификата, либо фасовка не соответствует заявленной на упаковке и т.п. Все это влияет на качество и, соответственно, цену.

**7.** Разделение клиентов на группы, конечно, проводится. О предпочтении той или иной группы можно говорить. Но, к примеру, крупные СТО как клиенты более выгодны, чем мелкий "СТОшник", который работает в гараже. У первых и финансов больше, и объемы заказов крупные. А вот обучаться, брать на вооружение что-то новое, малознакомое, персонал крупных СТО не всегда готов. Специалисты часто могут долгое время не проявлять интереса к продукту из-за инертности: "давно работаем и лучше знаем, что нам надо", "что нового, как специалисту, Вы можете мне рассказать" и т.п. Фирменные СТО привязаны к тому или иному бренду, поэтому тоже не

и нашим клиентам, говорят о нарушении правил ведения честной и справедливой борьбы.

**4.** Правильная конкуренция это:

- качество, гарантированное сертификатом;
- предоставление полной информации о товаре, о его преимуществах и о сложностях, которые могут возникнуть в процессе работы;
- проведение обучения специалистов, которые будут работать с продуктом.

**5.** Широта ассортимента - это, конечно, не единственный момент, влияющий на выбор клиента. Но достаточно весомый и один из основных.

**6.** Не очень легко, т.к. рынок все-таки еще не достаточно цивилизован. Прежде чем отдастся предпочтение некачественному, но зато дешевому, продукту. Либо товар без сертификата, либо фасовка не соответствует заявленной на упаковке и т.п. Все это влияет на качество и, соответственно, цену.

**7.** Разделение клиентов на группы, конечно, проводится. О предпочтении той или иной группы можно говорить. Но, к примеру, крупные СТО как клиенты более выгодны, чем мелкий "СТОшник", который работает в гараже. У первых и финансов больше, и объемы заказов крупные. А вот обучаться, брать на вооружение что-то новое, малознакомое, персонал крупных СТО не всегда готов. Специалисты часто могут долгое время не проявлять интереса к продукту из-за инертности: "давно работаем и лучше знаем, что нам надо", "что нового, как специалисту, Вы можете мне рассказать" и т.п. Фирменные СТО привязаны к тому или иному бренду, поэтому тоже не

и нашим клиентам, говорят о нарушении правил ведения честной и справедливой борьбы.

**4.** Правильная конкуренция это:

- качество, гарантированное сертификатом;
- предоставление полной информации о товаре, о его преимуществах и о сложностях, которые могут возникнуть в процессе работы;
- проведение обучения специалистов, которые будут работать с продуктом.

**5.** Широта ассортимента - это, конечно, не единственный момент, влияющий на выбор клиента. Но достаточно весомый и один из основных.

**6.** Не очень легко, т.к. рынок все-таки еще не достаточно цивилизован. Прежде чем отдастся предпочтение некачественному, но зато дешевому, продукту. Либо товар без сертификата, либо фасовка не соответствует заявленной на упаковке и т.п. Все это влияет на качество и, соответственно, цену.

**7.** Разделение клиентов на группы, конечно, проводится. О предпочтении той или иной группы можно говорить. Но, к примеру, крупные СТО как клиенты более выгодны, чем мелкий "СТОшник", который работает в гараже. У первых и финансов больше, и объемы заказов крупные. А вот обучаться, брать на вооружение что-то новое, малознакомое, персонал крупных СТО не всегда готов. Специалисты часто могут долгое время не проявлять интереса к продукту из-за инертности: "давно работаем и лучше знаем, что нам надо", "что нового, как специалисту, Вы можете мне рассказать" и т.п. Фирменные СТО привязаны к тому или иному бренду, поэтому тоже не

и нашим клиентам, говорят о нарушении правил ведения честной и справедливой борьбы.

**4.** Правильная конкуренция это:

- качество, гарантированное сертификатом;
- предоставление полной информации о товаре, о его преимуществах и о сложностях, которые могут возникнуть в процессе работы;
- проведение обучения специалистов, которые будут работать с продуктом.

**5.** Широта ассортимента - это, конечно, не единственный момент, влияющий на выбор клиента. Но достаточно весомый и один из основных.

# Подбор автоэмалей Из опыта колориста



**С каждым годом авторемонтные программы производителей автоэмалей дополняются все новыми красками. Однако изменения идут не только по пути расширения цветовой гаммы, но и придания автоэмалям новых эффектов, что достигается увеличением количества в составе краски определенных компонентов и использованием новых. Это достаточно серьезно усложняет работу колористов и требует от них высокого профессионализма. Рассказать о специфике работы людей данной профессии, ее сложностях и возникающих нюансах при подборе краски мы попросили колориста киевской СТО «Добробут» Алексея Левченко.**

- Каждый год усложняются рецепты автоэмалей, этому способствует развитие технологий и спрос клиентов на эффективные лакокрасочные материалы. Например, сегодня уже многие автопроизводители используют краски-металлики, перламутр, а также применяют в автозаводской окраске эмали, содержащие такие компоненты, как ксираллики. В пасмурную погоду краски с ксиралликом практически неотличимы от обычных, а вот на солнце, обладая необычной яркостью, они буквально преобразуют автомобиль. Такое стремительное развитие рынка автоэмалей радует, однако в тоже время и существенно усложняет подбор краски во время проведения ремонтных работ. Получить стопроцентное совпадение подобранного покрытия и полученного на автоконвейере невозможно. Заводское покрытие никому не под силу повторить, ведь это



Алексей Левченко, колорист СТО «Добрут»

и совсем другая техника нанесения, и краска, и сушка. Сегодня работа колориста, в основном, заключается в подборе автоэмали, максимально приближенной к заводской. Однако в некоторых случаях все же приходится приобретать готовую краску, поскольку подобрать ее самостоятельно попросту невозможно. Приведу один пример. У нас обслуживался автомобиль ВАЗ-2109, окрашенный "знаменитой" краской "Капри". Ни в одной системе цветоподбора ее подобрать невозможно. Как делается такая краска? Существуют такие понятия как "фас" и "профиль" краски. Так, например, в фас эмаль может давать синий оттенок, в профиль - красный. А здесь и в фас, и в профиль она синяя, но, если посмотреть под определенным углом, - видна зелень. Причина - "Капри" содержит синтетические интерферирующие пигменты, основой которых служат частицы оксида кремния, покрытые диоксидом металлов. По принципу перламутров и ксиралликов. Такие компоненты используются в эксклюзивных красках типа хамелеон. Ни один колорист не владеет формулой этой краски. Можно сделать что-то схожее, однако до оригинала никто не дотянет. Так, нам пришлось покупать готовую эмаль. И выкраска показала ту зелень, которая наблюдалась на покрытии автомобиля.

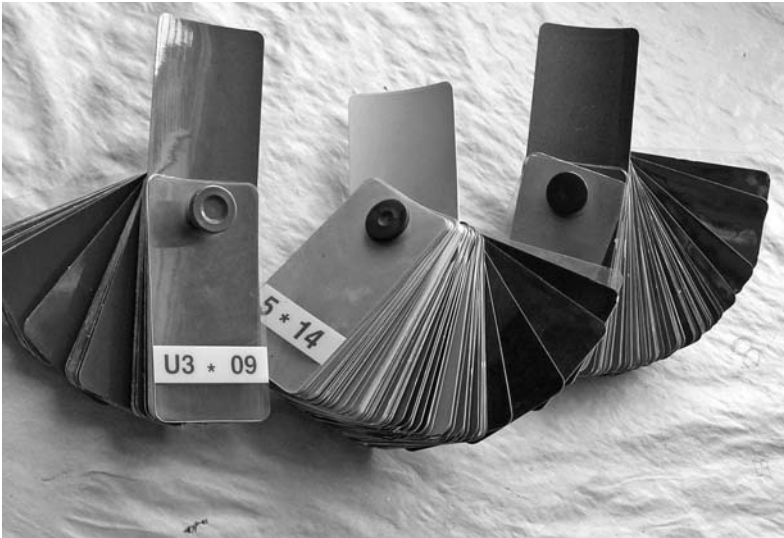
Говорят, что от колориста требуется точное совпадение ремонтной краски и покрытия на кузове автомобиля. Однако мало кто понимает, что не все зависит от колориста. При ремонтной окраске нужна командная работа. Обычно окраска проводится в три слоя. Сначала идет первый слой, характеризующий около 70% укрываемости поверхности, второй, главным образом, отвечает за цвет, а третий - выравнивающий - скры-

вает шероховатости второго слоя (например, не так легло зерно, "утонуло" или "торчит"). Это - технология 2+1. Однако есть такие краски, которые недостаточно хорошо кроют (это характерно для эмалей синего и красного цвета), тогда необходимо увеличивать количество слоев и предупреждать об этом маляра. Если он не выдержит технологию, не будет соблюдать расстояние до окрасочной поверхности, число слоев или рекомендуемое давление, результат может оказаться весьма отличный от того, что получился у колориста вначале при подборе краски.

Еще один важный момент. Подбирая краску по предоставленным производителем формулам, не всегда можно достичь того цвета и вообще результата, который на автомобиле. Например, весьма часто имеются сложности с подбором красок к моделям автомобилей Daewoo. Каждый новый автомобиль - это "новый" цвет, и каждый раз приходится заново вычислять требуемые компоненты. К тому же многое зависит от грунта: светлый будет немного подсвечивать краску, серый - придавать серости и "грязноты", черный - темнить. Один раз пришлось работать с автомобилем синего цвета зарубежного производства. Когда его поставили на солнце, все отчетливо увидели эффект свечения грунта на багажнике, дверях и т.д. Подобрать краску к такому автомобилю было невероятно сложно, поскольку нужно было учитывать этот момент и немного осветлять эмаль. Как правило, зарубежный производитель следит за этим и контроли-

*Для определения точности подбора краски необходимы выкраски. Часто приходится делать их несколько. Также определяется количество наносимых слоев, давление и расстояние от пистолета до детали для получения качественной окраски. Эти данные передаются колористом маляру.*





*Иногда автовладельцы просто говорят: подберите мне красную, синюю и т.п. краску, приводя в пример цвет на каком-то увиденном предмете. Однако цвет может иметь не один десяток оттенков, не говоря уже об использовании в автоэмали каких-то специфических компонентов.*

*В колористике весьма важным является соблюдение количества того или иного компонента в подбираемой краске, т.е. соответствие формуле. Весы должны быть точными и изначально выставленными строго по нулям. От колориста же требуется "твердая" рука во избежание перелива.*

рует технологии, хотя случаются и исключения.

Помимо двухслойных композиций, т.е. база + лак, имеются и трехслойные: подложка + база + лак (под подложкой имеется ввиду не грунт, а специально наносимый слой краски). Как правило, по такой технологии выкрашиваются красные автоэмали. Подложка для выражения того или иного оттенка основного слоя также имеет разные цвета (красный, синий, серый и т.д.). Таким образом, нужно подбирать не только верхний, базовый слой, но и подложку. Несмотря на то, что подложка зачастую малокомпонентная (2-3 элемента), в отличие от базы (8-10 элементов и более), ее подбор усложняется тем, что находится она под основным слоем, а это затрудняет ее рассмотрение и анализ. Во время подбора приходится решать, где и что нужно изменить: в подложке или в базовом слое. Задача не из простых.

Существенным в достижении хоро-

шего результата подбора является правильный анализ автоэмали. Иногда очень сложно определить, какого именно компонента не хватает, какой надо добавить или убрать. Прикладываешь к детали от автомобиля, к примеру, зеленого цвета, карточку с веера и видишь, что деталь немного зеленее, чем выкраска. Добавляешь зеленого, но ничего не получается. Совпадения нет. Оказывается, что нужно добавлять вовсе не зеленый, а желтый, который "граничит" с зеленым. Дело в том, что в красках есть три основных цвета - желтый, красный и синий, которые путем смешивания получить невозможно. Вторичными от них являются оранжевый, фиолетовый и зеленый. Так вот, в приведенном выше случае видишь вроде бы зелень, однако, на самом деле, это синий с зеленым оттенком, образованный в результате слияния синего и желтого. Эту особенность подбора нужно учитывать и пытаться изначально правильно анализировать краску. Многое зависит от "глаза" и практических навыков колориста.

Существенное влияние на точность подбора и восприятия автоэмали имеют условия, в которых работает специалист. Ведь один и тот же цвет, но при различных условиях, может восприниматься совершенно по-разному. Значение имеет даже цвет рабочей одежды. При подборе она может вызвать искажения и усложнять процедуру подбора. Однако наиболее существенное влияние имеет освещение. Иногда лучше пасмурная погода, иногда - солнце. Например, однажды на ремонт приезжал автомобиль, окрашенный черной краской. Погода тогда была пасмурная, и эмаль казалась обыкновенной, без дополнительных компонентов. Но когда вышло солнце, я понял, что ошибся. Оказалось, что она имеет зерно, которое без солнца абсолютно невидимо. Можно представить, что было бы, если бы ремонтная краска была создана без этого компонента. При подборе, например, металликов или эмалей светлых цветов, солнце наоборот мешает, оно слепит. Поэтому такие краски лучше делать в тени, где их можно хорошо рассмотреть и увидеть оттенок.

Желательно, чтобы в распоряжении колориста было как можно больше "образцов" освещения, в том числе люминесцентные лампы и лампы накаливания. Существует такое понятие, как метамерия - изменение цвета при раз-



ном освещении. На нее мало кто обращает внимание, хотя, в принципе, должны были бы. Однажды видел автомобиль, серого цвета, к которому данное понятие прямо применимо. Днем все нормально, кузов однотонный. Однако ночью, когда он был припаркован под лампой накаливания, отчетливо выделялся капот и крыло. Весь автомобиль выдавал какую-то фиолетовость, а вот капот и крыло явно чернили. В принципе, винить в этом колориста вряд ли стоит. Ведь современные краски сами по себе подобрать очень сложно, а если брать еще во внимание и метамерию, задача усложняется в разы, а то и вообще становится невыполнимой.

Работа колориста связана с постоянной концентрацией внимания и серьезной нагрузкой на глаза. Если долго вглядываться в один цвет, со временем увидеть какие-то различия становится очень сложно. Особенно при работе со светлыми эмалями. Поэтому нужно чаще делать перерывы, переключаться на какие-то нейтральные цвета. Легче и лучше всего проводить подбор и анализировать краску утром, в начале дня. Под вечер произвести точный подбор достаточно сложно. Если даже сделал краску, но чувствуешь усталость и уже все "плывет" перед глазами, можно обратиться к коллеге и спросить его мнение: насколько точно соответствие ремонтной краски и покрытия на детали. Иногда это помогает выявить какие-то нюансы.

На сегодняшний день подобрать краску и выполнить покрасочные работы со 100% попаданием в заводскую покраску очень сложно, я бы даже сказал невозможно. Многокомпонентные автоэмали и разные нюансы значительно усложняют работу колориста. Поэтому колорист пытается максимально ответственно подойти к требуемой краске, однако полного соответствия не выдает никто. Именно исходя из данных соображений, все большее распространение находит способ окраски в распыл. Т.е., помимо ремонтируемой детали небольшой переход осуществляется и на соседнюю поверхность. Это позволяет качественно произвести работу, а отличие в цвете будет практически незаметно. На данный момент большинство авторемонтных предприятий, как отечественных, так и зарубежных, используют именно эту технологию. Часто практикуется она и на СТО "Добробут".

Очень жаль, - что сегодня в Украине мало центров, в которых бы учили ис-



кусству колористики: правильному подбору, нюансам в формулах, самих красках и т.д. Например, мало кто делает полировку лючка топливного бака (как правило, именно эта деталь поступает колористу на подбор ремонтной краски) или другой детали автомобиля, а ведь со временем верхний слой лакокрасочного покрытия тускнеет, становится "бледным". Поэтому его нужно немного отполировать, чтобы достичь именно того цвета, который есть на самом деле. Это только один из примеров, а их можно привести множество.

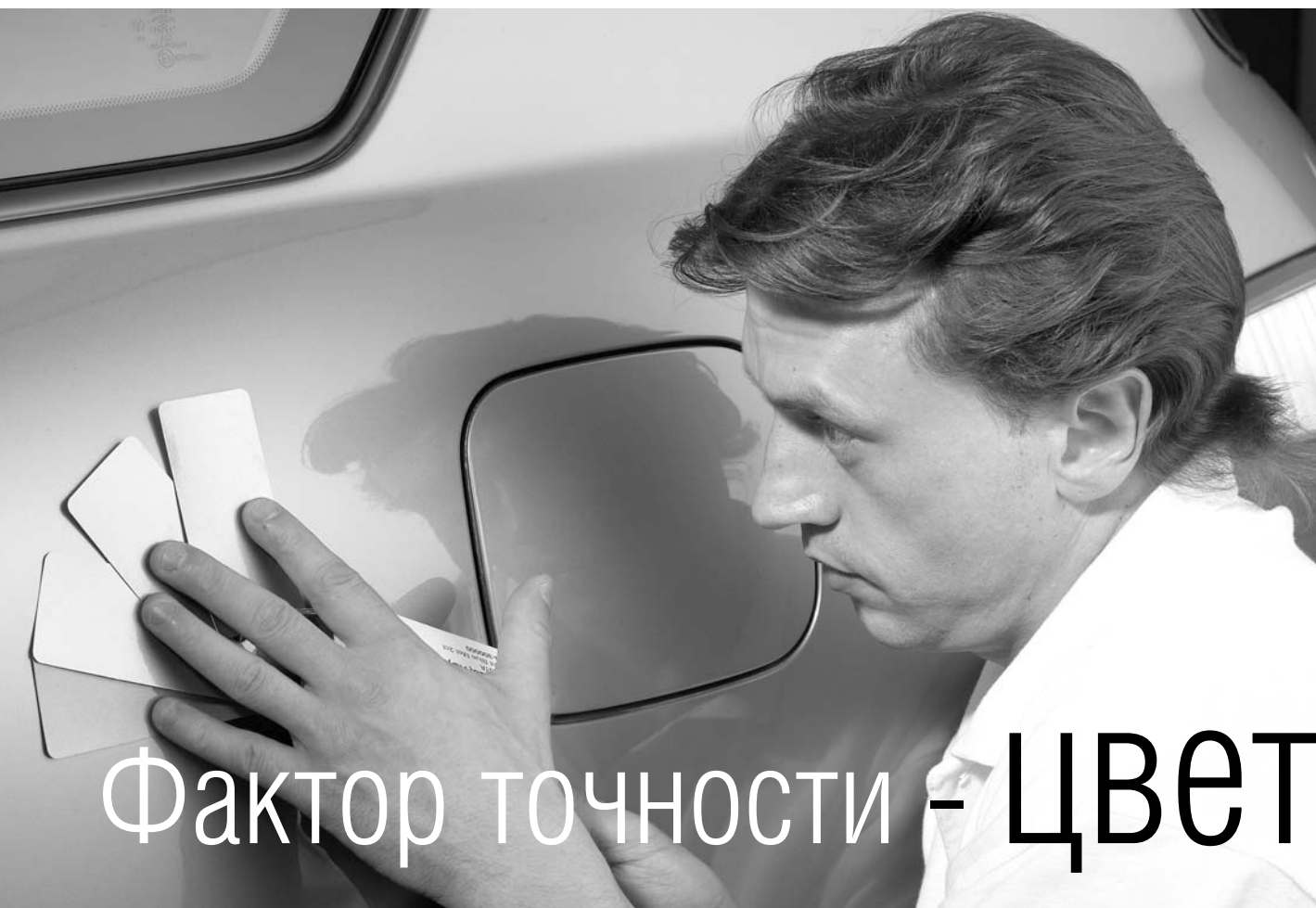
В целом, в подборе красок существует много нюансов. И чем дальше идет развитие лакокрасочной промышленности, тем сложнее становится работа колориста.

*Один из автомобилей, окрашенных на СТО "Добробут". Результат - отменный. Безусловно, это командная заслуга всего коллектива, начиная от колориста, заканчивая маляром и полировщиком.*

Подготовил **Юрий Сторожено**

*Колористика - это опыт, фантазия и эксперименты. Иногда Алексей проводит самопроверки, вычисляя формулы красок, в последующем сравнивая их с поставляемыми производителями. Временами проявляется стремление к экспериментам.*





# Фактор точности - ЦВЕТ

**Н**е знаю, как у кого, а мой опыт в покраске автомобилей начался с одной короткой истории. Еще в студенческие годы, когда расходов так много, а источников доходов мало, мне предложили подзаработать в непрофессиональной малярной мастерской, организованной прямо при стояночном кооперативе. Мои ученические функции полностью определялись мастером, к которому все заинтересованные обращались просто по имени - Петя. Именно под его чутким руководством мне и приходилось носить воду, мыть, разбирать-собирать, шкурить и наносить шпатлевку на автомобили заказчиков.

Как-то раз я стал свидетелем оформления одного из заказов. Счастливый обладатель пригнанной из Германии "копейки" ВАЗ-2101 просил Петю полностью перекрасить недавно купленный автомобиль. Сложность ситуации заключалась в том, что окрашенная в цвет "морской волны" машина очень нравилась жене заказчика в то время, когда, по словам его самого, от этого колера у него остро проявлялись все симптомы морской болезни. Так как в оформлении заказа жена заказчика принимала самое непосредственное и горячее участие, то его суть свелась к прось-

бе изменить тон, сохранив при этом основной цвет. Честно говоря, согласие Пети на выполнение такой работы меня изрядно удивило. Легко представить себе, как просто в этой ситуации можно оказаться в положении, когда выполненная работа будет полностью раскритикована столь разнопланово воспринимающей цветное богатство мира семейной парой. Петр рисковал, но делал это непринужденно и раскованно. Так что у заказчиков не появилось и капли сомнений в здравом смысле высказанного желания. При этом повышенный риск мастер не оставил без внимания и с лихвой компенсировал его особо эксклюзивными расценками на услугу.

Заказ есть заказ. И после подготовки автомобиля к покраске, проведенной тут же на открытой площадке стоянки, последовал поиск сушильной камеры. Камера нашлась в соседнем гаражном кооперативе. После непродолжительного торга, она была снята на ночь дабы сэкономить при оплате.

Самое интересное началось уже после того, как все неподлежащее окрашиванию поверхности автомобиля были надежно укрыты-обклеены. В свете тусклой лампочки, покрытой десятками разнопла-

новых слоев окрасочной пыли, Петя начал шаманить с приобретенной по случаю банкой той самой "морской волны". Булькая, краска переливалась из емкости в емкость. Петя с ловкостью индийского факира оперировал десятком флакончиков и бутылочек со всеми видами красок самых разнообразных цветов (остатками от прошлых заказов). Наконец, чуть ли не пританцовывая от радости, Петр влил в полученный раствор грамм триста радикально черной, дурно пахнущей жидкости, добавил сольвента и, вручив мне в руки тут же подобранную палку, велел перемешивать шедевр своего творчества на протяжении получаса.

Через полчаса, когда загрохотал выдавший виды расхлябанный компрессор и Петр подключил к шлангу свой выдавший виды краскопульт, процесс окраски начался. Слой за слоем краска ложилась на поверхность автомобиля. Лишь изредка, надсадно кашляя и ругаясь, Петр прекращал размахивать пульвером чтобы вытереть некстати появившийся подтек.

После того как был положен третий слой краски, мы в последний раз закатали автомобиль в сушильную камеру, где ТЭНы уже нагнали температуру до максимального уровня. Надо сказать, что уже на этом этапе меня начали терзать смутные сомнения. Краска лежала ровно, подтеков видно не было. Но цвет... Описать его и сейчас достаточно сложно. А самое главное то, что он абсолютно ничем не напоминал искомую "морскую волну". Не напоминал он также что-либо иное знакомое. Думается мне, что сам Сальвадор Дали, оказавшись он в тот момент на моем месте, просто-напросто заплакал бы от зависти к Петиним талантам в сфере самовыражения через цвет.

К рассвету, когда краска окончательно подсохла, мы с Петей перегнали "копейку" на стоянку, где из-за отсутствия свободных мест были вынуждены оставить ее в центре основного проезда. Изрядно вымотанный и уставший, я отправился домой, где надеялся принять душ и выспаться. Однако как следует выспаться мне не дал настырный телефонный звонок. Звонил Петя. Сбиваясь и заикаясь, он просил меня срочно подойти на стоянку. Прихватив с собой разводной ключ (ничего хорошего от Петиного творчества я не ждал изначально), я отправился держать ответ и выручать мастера. Воображение рисовало неутешительную картину вытряхивания разгневанными заказчиками души из брэнного Петиного тела. Однако то, с чем я столкнулся на стоянке в действительности, превзошло мои ожидания.

В лучах яркого солнца отдельно стоящая "копейка" сияла и переливалась все-

ми цветами радуги. Под глянцевым, с отливом вороного крыла, внешним слоем, скорее на ощущениях, но таки угадывался равномерно распределенный тот самый пресловутый цвет "морской волны". Рядом стоял растерянный Петя. Довольный заказчик одной рукой цепко сжимал Петину руку, изредка делая попытки обнять его за плечи другой. Супруга заказчика, растеряв свой респектабельный вид, кругами бродила вокруг машины, время от времени радостно всплескивая руками. Из собравшейся рядом толпы других автолюбителей гулко доносились слова одобрения и восхищения. Для избалованных отечественным автопромом автолюбителей, столь необычно окрашенный автомобиль сыграл роль шоу-кара, способного потрясти еще неокрепшее воображение. Так, буквально за одну ночь Петя из сомнительного мастака "подмазать-подкрасить" превратился в уважаемого мастера по сложной окраске автомобилей Петра Николаевича.

Слухи разносятся быстро. Уже на следующий день Петя получил столько заказов, сколько раньше не мог собрать и за год. Он быстро изменился. В голосе появилась некоторая ленца, походка перестала быть стремительной, а основными темами для разговора стало обсуждение вариантов приобретения профессионального оборудования. Словом, Петр Николаевич решил расти и расширяться. И, возможно, так бы оно и было, если бы не нелепый случай.

Где-то через месяц "копейка" с уникальной и явно неповторимой окраской вновь появилась у ворот Петиного ремонтного бокса. Растерянный хозяин автомобиля, громко ругая жену, продемонстрировал глубокую царапину, растянувшуюся через весь правый бок машины. Выезжая из двора дома, сидевшая за рулем женщина не заметила, как некстати подувший ветер сместил створку ворот. Результат - неприглядная полоса содранной краски, и необходимость незамедлительного ремонта. И все было бы ничего. Да вот только на радостях от изначально удачно выполненной работы заказчик забыл, а Петя не предложил ремонтный запас эксклюзивной краски.

К тому времени я уже оставил свои работы на ниве покраски автомобилей. Знаю только, что, пытаясь вернуть "копейке" изначальный шик, Петя неоднократно, но безуспешно перекрашивал всю правую сторону автомобиля. Из-за неудачных попыток сделать это качественно он поник и осунулся. Наряду с этим изменилось и настроение заказчика. От бывшего восхищения талантами мастера не осталось и следа. Зато появилось нескрываемое раздражение по поводу сроков

затянувшегося ремонта. В конце концов, с согласия уставшего ждать хозяина, машина, немало проиграв в уникальности былого внешнего вида, была полностью задута по периметру с заметным различием в тоне. Энтузиазм Пети значительно уменьшился, а репутация пострадала. И вновь мастак "подмазать-подкрасить", а не уважаемый мастер, Петр оправдывался лишь тем, что раз на раз не приходится. Не знаю, как сложилась профессиональная судьба моего компаньона дальше. Но убежден, что если бы не этот злополучный случай, карьера моего товарища могла бы быть иной.

Понятно, что в случае с "копейкой" в прошедшее постсоветское время право "не угадать" признанно сохранялось за мастером. Заказчики могли ворчать, возмущаться, грозить отказом оплачивать работу. Но, положив руку на сердце, каждый из них знал, что другого варианта нет и не будет. Ибо гарантиями качества ремонта лакокрасочного покрытия в те времена выступали лишь глазомер и ощущение цвета у мастера, его твердая рука да крепкие нервы. Найти нужный цвет другими способами было просто-напросто невозможно. Так было в те времена. Однако нечто подобное можно встретить и сегодня.

При окраске кузова на конвейере автозавода технология нанесения лакокрасочных материалов разительно отличается от технологий ремонтно-восстановительных работ. Например, сушка в условиях завода осуществляется при 160°C, а не при 100°C. Из-за этого повторить простую заводскую технологию в условиях ремонтной мастерской попросту невозможно. Ведь для этого пришлось бы разбирать автомобиль полностью, чтобы пластиковые детали и электроника не спеклись в один безобразный ком. Однако сложность заводских технологий оправдана и необходима. Ведь лакокрасочная поверхность нового автомобиля выполняет не одну, сугубо декоративную, а

несколько разнообразных и сложных функций. В связи с этим покрытие автомобиля рассматривается как совокупность или система окраски, не только декорирующей, но и защищающей кузов. Эта система состоит из определенного числа слоев, каждый из которых несет свою особую миссию: адгезия, коррозионная защита, цвет и блеск. Разумеется, ремонтные покрытия, предназначенные для восстановления поврежденного ЛКП, также должны выполнять эти функции. Должны, но выполняют далеко не всегда.

Причина в том, что общий рынок красок разделен на три абсолютно различных по своему качеству сегмента. К самому низшему относится сегмент готовых красок. В этом случае готовая краска продается в банке, на которой указан код цвета автомобиля. Эта краска не требует дополнительной подготовки перед нанесением на автомобиль, если не считать такой подготовкой разведение растворителем или отвердителем. По большому счету, колеровать такую краску может любой человек без профессиональных навыков, что зачастую и происходит. Тем более что при этом используются не тонеры, а остатки краски от предыдущих заказов. При этом "профи", использующие в своей работе предложения сегмента готовых красок, умудряются получить массу самых невообразимых оттенков. В ход идет все. Некоторые "шедевры" возникают в результате покрытия краски-металлик легким слоем перламутра, добавления в лак мелкой металлической цветной стружки или других блестящих вкраплений, полученных в ходе их вымывания растворителем из чего угодно. Например, из... женского лака для ногтей. Разбавляется такая краска самым обычным 646-м растворителем. Понятно, что все компоненты, применяющиеся при такой работе, отличаются дешевизной и низким качеством. Лак мутнеет, желтеет и впитывает грязь практически сразу после покраски. Гарантий на предмет стойкости или повторяемости такого покрытия дать не может никто.

Зато такие гарантии существуют в среднем и высшем сегментах, где используются профессиональное оборудование и микс-машины. Они позволяют подобрать максимально близкий цвет лакокрасочного покрытия при помощи разнообразных пигментов с учетом специфики цвета каждого отдельного автомобиля.

Различие среднего и высшего сегментов заключено в расхождениях по целому ряду параметров. Среди них: качественные характеристики материалов, гамма цветовых оттенков, степень очистки, твердость, блеск и т.д. Уровень качества при работе с такими компонентами, ес-

## Факторы точности цвет

Фото 1. Подготовка к покраске



тественно, никоим образом нельзя сравнивать со степенью "качества" материалов низшего сегмента.

С другой стороны, следуя логике утверждения о том, что все преимущества являются продолжением недостатков, высокий уровень технологий среднего и высшего сегментов требует высочайшего профессионализма от мастера по восстановлению лакокрасочного покрытия. Обилие цветов и оттенков (не менее 50 000 вариантов), с которыми работает в настоящее время колорист, отсутствие жестких и однозначно зафиксированных стандартов окраски даже конвейерных автомобилей - все это в немалой степени осложняет жизнь обычной ремонтной мастерской. Ведь специфика ее работы во многом строится на нормах затрат труда и времени. А о каких нормах можно говорить при отсутствии стандартов? Ведь цвет - это не звук, который можно полностью проанализировать, оцифровать и представить в электронном виде.

Современная мастерская уже не может полностью зависеть от человеческого фактора. Глаза колориста устают, он подвержен стрессам в то время, когда его настроение во многом определяет качество работы. Но и никакой прибор также не может просчитать цвет в таком виде, в каком его видит человек. Выход из сложившейся ситуации заключается, скорее всего, в разумной автоматизации работы мастерской. Оборудование, предназначенное для работы с краской и оттенками при современном развитии технологий, конечно же, необходимо. Но при этом оно не должно быть устройством, показания которого являются непосредственной инструкцией мастеру.

Пример разумного сочетания технических возможностей современного оборудования и цветоощущения человека мы нашли в мастерской Константина Вирченко (Киев). При решении задач по подбору цвета и тона краски здесь применяется спектрофотометр GENIUS+. Устройство помогает решить проблему точного определения редкого цвета, цвета с многочисленными оттенками или технически сложного цвета. Прибор работает с такими неоднозначными в подборе и определении цветами, как металлик или ксераллик. Положительной стороной при его эксплуатации является хорошо продуманная функциональность. GENIUS+ не позволит ошибиться в тех случаях, когда вероятность погрешности при определении цвета высока из-за несоответствующих его эксплуатации условий. В этом случае аппарат предусмотрительно предупреждает оператора о неготовности к работе, что снижает вероятность брака.

Особенность GENIUS+ как раз в том и



Фото 2. Полировка выбранного участка

Фото 3. Спектрофотометр GENIUS + в работе



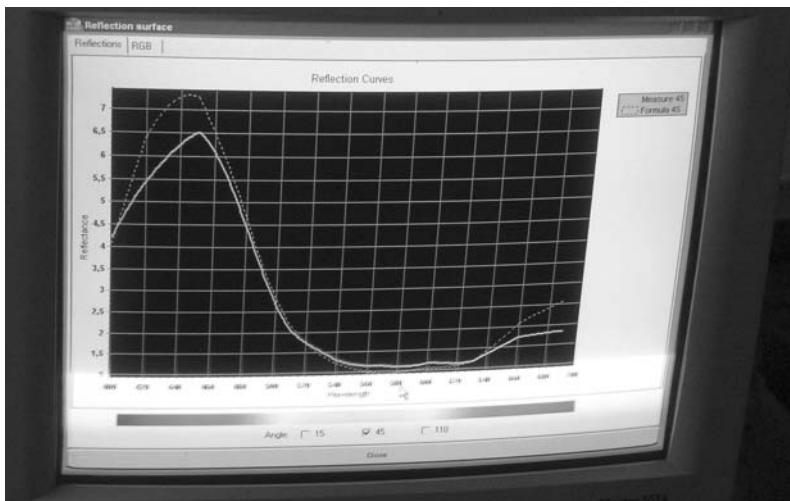


Фото 4. Графическое отображение данных спектрофотометра



Фото 5. Компьютерный подбор краски на основании данных прибора GENIUS+

заключается, что он не является устройством, показания которого просто диктуют мастеру методы работы. В результате замера цвета и оттенка прибор выдает графики, точно демонстрирующие основные параметры неповрежденной и находящейся в зоне ремонта окрашенной поверхности автомобиля. На основании этих данных уже именно мастер, используя компьютерные программы Standwin и Univers, принимает решение о выборе наиболее подходящей формулы окрасочной смеси. Подбор оптимального цвета и оттенка в этом случае гарантируется и технологическими возможностями аппаратуры, и цветоощущением опытного мастера. В базе данных программ хранится не менее 200 000 формул различных цветов и оттенков, что с учетом 20-летнего стажа работы Константина гарантирует оптимальный результат ремонта.

Мы имели возможность убедиться, что прибор прост в работе. Предварительно отмытая (фото 1) в зоне предстоящего ремонта неповрежденная окрашенная поверхность детали кузова автомобиля оклеивается малярной лентой. Полученная площадь позволяет в последующем со-

поставить подготовленный к измерению цвета и тона участок кузова с остальной поверхностью в зоне ремонта. Затем выбранный участок полируется поочередно грубой и тонкой полиролью (фото 2). Следующим важным в работе этапом является удаление остатков полироли специальной смывкой. Эта часть работы важна не только для точности определения цвета и оттенка, но и для получения запланированного высокого качества после окраски.

После выполнения измерений (фото 3) данные из прибора переносятся на компьютер, где и анализируются в виде графиков (фото 4). Подбор краски по всем основным параметрам осуществляется на основании этих данных (фото 5).

Конечно, спектрофотометры могут сами создавать рецептуру красителя и показывать процентное соотношение пигментов. Но в этом случае всегда остается риск в виде несовпадений с нюансами в цветоощущении заказчика ремонта. В данном же случае мастер получает возможность выбора наиболее подходящей версии из общего числа предложенных аппаратурой вариантов, но исходя из своего опыта. Очевидно, что такой подход обеспечивает более качественный ремонт лакокрасочного покрытия при экономии труда и времени.

Что и говорить, время "уникальных" мастеров, способных "затмить" любого дизайнера в деле создания нового и неповторимого цвета из остатков невостребованных красок уже безвозвратно прошло. Уровень требований к качеству работ при ремонте лакокрасочного покрытия, похоже, достиг своего максимума. Обращаясь в мастерскую, в наше время заказчик уже не станет мириться с несовпадением тонов или длительностью сроков выполнения заказа. Точность и четкость во всем - вот основные критерии, которые приобретают все большую значимость и влияние в формировании репутации мастера. И все же. В условиях, когда даже самая высокотехнологичная аппаратура не способна полностью заменить человека, особенно важным фактором становится степень профессионализма мастера по окраске автомобилей. Оценить же этот фактор, вопреки отсутствию однозначности в такой сложной сфере автомобильного ремонта, как покраска, становится просто. И с этой точки зрения покраска уже ничем не отличается от других видов ремонта. Ведь теперь для этого достаточно знать о том, как и чем, работает мастер, чтобы с высокой долей уверенности можно было спрогнозировать ожидаемый результат его работы.

**Андрей Ильчук**

## «ХАММЕР» расширил цветовой спектр аэрозолей Colomix

С 1 января компания "ХАММЕР" расширила ассортимент аэрозолей торговой марки Colomix объемом 400 мл. Цветовой спектр увеличился на 49 оттенков, из которых 29 аэрозолей изготовлены на алкидной основе и 16 - на основе с эффектом "металлик".

Стоит отметить, что спектр цветов аэрозольных автоэмалей Colomix 400 мл перекрывает гамму оттенков отечественных производителей.



## Успех Glasurit в «Срединной Империи»

Китай является перспективным рынком для компаний, выпускающих качественную продукцию - об этом, в частности, свидетельствуют последние успехи Glasurit в этой стране, которая в прошлые века называлась "Срединная Империя". Компания Porsche приняла решение о том, что отныне все ее представительства в Китае при проведении авторемонтных работ будут использовать исключительно продукцию Glasurit. Они выбрали инновационные и экологически безопасные базовые краски на водной основе и покрывные эмали 90-й серии.

Данное решение во многом было обусловлено тем, что применяемая Glasurit концепция обучения обеспечивает соблюдение новейших стандартов в самых разных странах мира, что гарантирует высокое качество авторемонтных работ. В Китае такое обучение проводится в новом Центре компетенций Glasurit в Шанхае. Представительства Porsche в Китае придерживаются очень высокого мнения об этой новой концепции обучения, и в декабре 2006 года провели ее презентацию для своих дилеров.

В перспективе инструкторы Glasurit будут знакомить сотрудуников, работающих в 18 представительствах Porsche в Китае, с самыми современными технологиями и продуктами. Такое сотрудничество, несомненно, является выгодным для всех сторон. Теперь компания Porsche может быть уверена в неизменно высоком уровне качества лакокрасочных покрытий и используемых технологий, а ее дилеры готовы в полной мере удовлетворить потребности заказчиков. Что касается Glasurit, то здесь выражают удовлетворение при получении информации о каждом новом автомобиле Porsche, зарегистрированном на территории Китая.

[glasuritnet.ru](http://glasuritnet.ru)

## Цифровые толщиномеры QuaNix для контроля качества покраски автомобиля

В ассортиментной линейке ООО "Тек Инжиниринг" появились толщиномеры QuaNix производства компании Automation Dr. Nix GmbH (Германия), измерения которых соответствуют международному стандарту DIN EN ISO 12944-7 (контроль толщины защитных покрытий). Эти приборы широко используются в практике СТО многих европейских стран для диагностики состояния ЛК покрытий и контроля качества покрасочных работ.

Цифровые измерители толщины позволяют быстро и точно диагностировать состояние лакокрасочного покрытия автомобилей, что дает возможность добиваться точности и повторяемости результатов без привязки к квалификации конкретного работника. Помимо этого, при использовании толщиномеров экономится рабочее время и материалы (согласно данным по Германии - до 30%), а также появляется возможность, что, пожалуй, не менее важно, оперативно ответить на претензии заказчика по поводу качества проведенных работ. По результатам измерений косвенно можно судить о наличии областей коррозии под слоем краски, проверить кузов на предмет оригинальности лакокрасочного покрытия, ранее проводимых ремонтных перекрасов и мн. др.



## Система автоэмалей на водной основе WaterBase серия 900

Компания "ХАММЕР" представляет в ассортиментной линейке систему автоэмалей на водной основе WaterBase серия 900. Специалисты компании DeBeer одни из первых разработали набор так называемых "гибких" материалов, удовлетворяющих современным требованиям и нормам. Система подбора автоэмалей на водной основе - один из таких продуктов и соответствует требованиям VOC 420 г/л. WaterBase серия 900 получила широкое распространение в Европе не только благодаря своей экологичности и компактности, но и инновационным подходом к упаковке и хранению.



# Окраска «ПЛАВНЫМ ПЕРЕХОДОМ» Необходимость или излишество?



**Сегодня относительно эффективности и целесообразности окраски методом «плавного перехода» существуют различные мнения. Одни увидели в данной технологии очевидные преимущества, другие же остаются яркими сторонниками окраски «встык». Чтобы понять причины разногласий, посмотрим на данный метод окраски с различных углов зрения, покажем его положительные и отрицательные стороны.**

Сначала выясним, что обычно понимают под окраской "переходом" и когда она используется. Итак, уже по значению самого слова "переход" можно догадаться о своеобразной "ступенчатой" методике нанесения лакокрасочных материалов с конечным выходом на оригинальное покрытие. Результатом работы должно являться "размывание" границ сочленения нового и старого лакокрасочного покрытия таким образом, чтобы место проведения

ремонтных работ стало незаметным. На сегодняшний день метод окраски "плавным переходом" используется при частичной окраске детали кузова автомобиля и проведении точечного ремонта (при небольших повреждениях участка кузова), а также при возникновении сложностей с точным подбором ремонтного покрытия.

Безусловно, такой вид окраски, как окраска "встык", является более простой технологической операцией, не требующей от маляра серьезных навыков. В этом случае его задача заключается в элементарном нанесении лакокрасочного покрытия, естественно, с соблюдением стандартных правил. При окраске же методом "плавного перехода" (например, при точечном ремонте) нужно обладать определенной сноровкой, знать этапы проведения данного вида работ, особенности нанесения и "поведения" используемых материалов. Обычно поставщики лакокрасочных материалов дают информацию о последовательности проводимых операций и рекомендуют использовать для этого вида окраски те или иные свои продукты (к примеру, специальные растворители, созданные для окраски методом "плавного перехода").

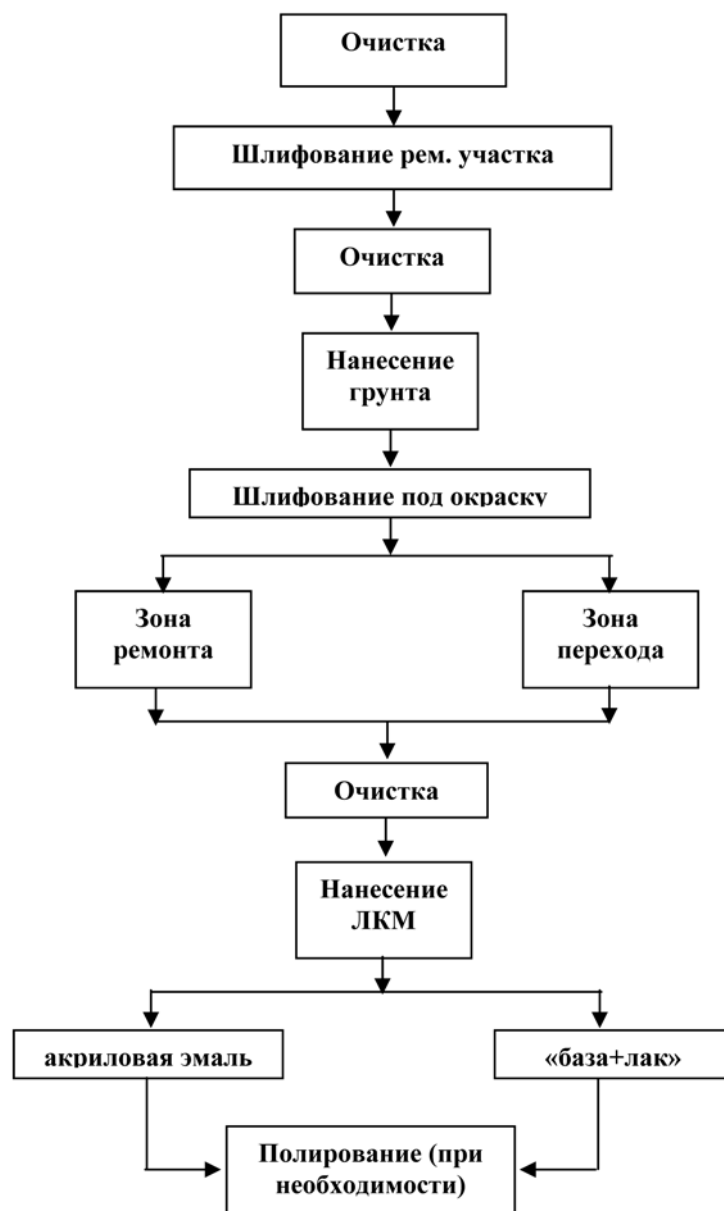
Так почему же популярность окраски методом "плавного перехода" возрастает? Во-первых, это возможность сократить время простоя автомобиля в ремонтной зоне, увеличить вероятность того, что клиент будет удовлетворен как качеством работ, так и продолжительностью обслуживания. Попробуем разъяснить этот пункт. Начнем с того, что при использовании окраски "плавным переходом" требования к колористу относительно точного подбора ремонтной краски не так строги. Естественно, он должен сделать краску максимально идентичной оригинальной.

Но, особенно в связи с возросшим использованием автопроизводителями эффектных лакокрасочных материалов (металлики, перламутры и т.п.), - это очень сложно. Если маляр будет красить "переходом", некоторые "непопадания" ремонтной и оригинальной краски вряд ли будут замечены. При окраске же "встык" вероятность увидеть несоответствия подобранной и старой краски на соседних деталях более высока, что, в конечном результате, может потребовать проведения повторного подбора краски с последующим переокрасом ремонтируемой детали. А это уже увеличение расходов на материалы и времени, задержка автомобиля в ремонтной зоне, и, как следствие, - недовольство клиентов, падение рентабельности работы станции и ее авторитета.

Во-вторых, облегчается работа пары колорист-маляр. Как уже упоминалось ранее, сегодня широкой популярностью пользуются эффектные лакокрасочные материалы, которые достаточно сложны в подборе (металлики, перламутры). Для окраски "встык" нужно точное совпадение ремонтной краски и оригинальной. И даже если у колориста это получится (на что может уйти достаточно много времени), многое будет зависеть от маляра: сможет ли он "положить" краску (получить покрытие) идентично заводской. Вопрос спорный. Многие сервисные станции, когда идет практически "конвейерная" работа и жесткая борьба за каждого клиента, которому, безусловно, все нужно сделать быстро и качественно, не могут себе позволить терять время (следовательно, деньги) и "экспериментировать".

В-третьих, экономия материалов при локальном и точечном ремонте. Ведь в этом случае нужно будет наносить лакокрасочные материалы не на всю деталь (хотя для лучшего результата иногда рекомендуют наносить, например, лак на всю деталь - крыло, двери и т.п.), а только на ее часть.

Нужно учитывать еще один момент. При подборе лакокрасочного материала (нанесении его на маленькую пластинку) манера держания краскопульта, характер движения и т.п. может несколько отличаться от того, как это происходит при окраске более крупного предмета (участка на кузове). К тому же, если на станции функции колориста и маляра исполняет не один и тот же человек, то к этому может еще присоединиться и человеческий фактор, пос-



кольку у каждого из них может быть своя манера проведения напыла. Это делает "разрыв" между результатами, полученными во время подбора материала колористом и непосредственно при окраске участка кузова автомобиля маляром, еще больше.

Кто-то из читателей может привести еще несколько преимуществ окраски методом "плавного перехода", но, полагаем, перечисленных достаточно, чтобы убедиться в целесообразности данного способа ремонта. Однако ничего абсолютно идеального нет. Это касается и окраски "переходом", которая имеет свои недостатки. Например, более сложная технология проведения ремонта и повышенные требования к знаниям и опыту маляра. Или некоторое удорожание работ из-за повышен-

*Типичная схема окраски «переходом» при локальном ремонте*



ного расхода материалов (при "подгонке" цвета), вызванного необходимостью распыла на прилегающую деталь, что не всегда устраивает клиентов и особенно страховые компании, которые работают с сервисной станцией и хотят максимальной экономии. Многие не понимают, зачем дополнительно тратить деньги на лакокрасочные материалы, распыляемые на соседнюю с ремонтируемой деталью. Часто можно услышать: "У вас же солидная станция и работают на ней высококлассные специалисты, так почему же они не могут точно подобрать ремонтную краску и сделать покрытие как заводское?". С простыми композициями сможет справиться практически любой колорист, а маляр нанести материал и без окраски "переходом" с хорошим результатом. Но металлики, перламутры, краски с такими компонентами, как ксераллики - под силу не всем. Здесь наиболее целесообразный выход - окраска "плавным переходом".

Теперь несколько слов о самой технологии окраски "плавным переходом". Сразу заметим, что конкретно рекомендовать какую-то последовательность проведения ремонта в том или ином случае, а тем более материалы, мы не будем, да и это было бы неправильно. Во-первых, поставщик ЛКМ, с которым работает станция, зачастую описывает свою схему проведения ремонта. Во-вторых, он привязывает к

этому процессу предлагаемые материалы, указывает особенности их "поведения" и нанесения, пропорциональность компонентов и многое другое. Однако, чтобы иметь представление о самой технологии, приведем типичную схему окраски методом "плавного перехода" при точечном ремонте.

Покрытие кузова автомобиля может быть одно- или многослойным. Например, при локальном ремонте однослойного покрытия (как правило, это акриловые эмали) краска наносится на подготовленную основу, зачастую в несколько слоев до растекания, а двухслойного - "база+лак" - предполагаются переходы "по базе" и "по лаку", которые не должны совпадать друг с другом. Для достижения хорошего результата от маляра требуется особое внимание и умение, во избежание ореолов и границ между новым и старым покрытиями, а также соблюдение рекомендаций поставщика ЛКМ (применяемые материалы, пропорции, время выдержки, сушки и т.п.). Во время проведения работ, безусловно, есть свои нюансы. Наносить материал необходимо тонким слоем, последующий слой должен заходить за предыдущий (перекрывать его). То есть, площадь окрашиваемой поверхности должна постепенно увеличиваться. Делать границу перехода между старым и новым покрытием желательно под углом ("по диагонали"), а не вертикально - это уменьшает вероятность того, что переход будет заметен и мн. другое.

Окраска "плавным переходом", особенно в наше время, когда применяются сложные цветовые решения, а также материалы, подобрать и нанести которые так, как это сделано на заводе, практически невозможно, является одним из наиболее перспективных методов восстановления лакокрасочного покрытия кузова автомобиля, которому уже отдали предпочтение многие работники мастерских. Окраска "плавным переходом" позволяет существенно облегчить жизнь и колористу, и маляру, и станции в целом, обеспечивая колоссальную экономию времени, увеличивая производительность труда и пропускную способность малярного участка при обеспечении хорошего конечного результата. Это повышает престижность сервиса, привлекает новых клиентов и, как следствие, способствует процветанию станции и увеличению ее прибыльности.

Подготовил **Юрий Стороженов**

## Быстросохнущий акриловый лак U-POL S 2086

Компания "Колор Р-М" пополнила ассортиментную линейку лаков U-POL новым продуктом - супербыстрым лаком S 2086.

S 2086 - быстросохнущее двухкомпонентное акриловое HS покрытие, пригодное для сушки на воздухе, в камере или инфракрасными лучами (I.R.). Может наноситься как неразбавленный так и разбавленный до 10 %. Высыхает в течение 1-2 часов. Полируется после двух часов при 20°C. Отлично растекается и не усекает. Лак очень быстро твердеет, образуя толстый слой, защищающий от ультрафиолетовых солнечных лучей и обладающий долговременной прочностью и высоким блеском. Совместим с большинством известных покрасочных систем, включая покрытия на водной основе. После отвержения хорошо полируется.

## Система полиуретановых продуктов от «Колор С.И.М.»

Компания "Колор С.И.М." разработала высококачественную систему двухкомпонентных полиуретановых продуктов, состоящую из 80-100 микрон антикоррозионной грунтовки "Колорин ПУ - 2К - 060", 80-100 микрон межслойного грунта "Колорин ПУ - 2К - 260" и 80-100 микрон завершающего высокодекоративного покрытия "Колорин - ПУ - 2К - 760".

Система имеет высокую химическую стойкость, в том числе и к действию бензина, масел, растворов поваренной соли и различных кислот. Материалы могут наноситься как краскораспылителем, так и кистью или валиком. Предназначены для долговременной защиты крупногабаритных изделий.

## Открывается учебный центр по подготовке колористов авторемонтной системы Mobihel



Компания "Прогресс" открывает на своей базе учебный центр по подготовке колористов авторемонтной системы Mobihel.

Учебный центр оснащен необходимым оборудованием, предназначенным как для работы в стандартной лаборатории подбора, так и специальным, обучающим. Территория центра позволяет проводить испытательные работы, а также организовывать различные семинары для демонстрации новых продуктов.

Обучение проводят высококвалифицированные преподаватели, имеющие опыт практической деятельности и прошедшие стажировку за рубежом.

Группы для обучения формируются по поступлению заявок от постоянных партнеров. Количество учеников в группах, в зависимости от курса, - 5-7 человек. По окончании всем, прошедшим заключительное тестирование, выдается сертификат.

Практическая деятельность учебного центра начинается с базовой программы - для людей без опыта работы. В будущем опытные колористы смогут проходить курсы повышения квалификации.

В ходе курса участникам будет дана подробная информация относительно различных источников информации о цвете покрытия, включая картотеку Color Vox, и базовая информация о классификации качества цвет-

ного покрытия, представленного окрасочной системой Mobihel. В практическом применении данный курс определяет последовательность действий, позволяющих с минимальными затратами времени и материалов подбирать цвет ремонтного покрытия. Участников научат применять различный инструментарий, предназначенный для подбора цвета, электронные весы, оборудование для сушки образцов.

Программа курса рассчитана на пять дней:

1 день - цветоведение. История возникновения цвета (лекции проводятся по желанию, поскольку являются вводными в теорию цвета).

2 день - базовое введение в ЛКС Mobihel.

3 день - практические занятия. Подбор 2К цветов, база под лак. Обзорно - КН эмали.

4 день - классификация эмалей с добавлением зерна различного качества. Практическая работа по подбору а/э металлик-перламутр.

5 - самостоятельная практика подбора различных эмалей.

Кроме всего прочего, приглашение участников на семинары подразумевает: обучение, исходя из анализа потребностей каждого участника; в ходе практических занятий участникам будут предоставлены индивидуальные средства защиты (резиновые перчатки и защитные комбинезоны).



# Окраска «вазовских» бамперов



**В этой статье мы решили познакомиться с проблемой покраски пластмассовых автомобильных деталей вообще и, в частности, таких уязвимых элементов, как бамперы. Поводом для этого явилось мнение о том, что пластмассовые бамперы новых «вазовских» моделей ремонтной покраске не подлежат...**

Несколько лет назад АвтоВАЗ осуществил переход на новый материал бамперов для автомобилей семейства ВАЗ-2110 - модифицированный полипропилен (МПП, или РР/ЕРDМ по зарубежной классификации). Завод заявляет, что "...ремонтная перекраска бамперов из МПП (в условиях автоцентров, при существующем оборудовании и материалах) невыполнима в связи с особыми требованиями, предъявляемыми к подготовке поверхности бампера перед покраской. На основании изложенного в гарантийный период эксплуатации бамперы из МПП, имеющие дефекты, подлежат замене по гарантии в установленном порядке... Следует обратить особое внимание на недопустимость нарушения заводского грунтовочного покрытия, что становится возможным при интенсивном шлифовании или смывании растворителем, так как при этом нарушается активный слой подложки, следствием чего является неудовлетворительная адгезия наносимого лакокрасочного покрытия, приводящая к его отслоению".

Смысл сказанного заключается в следующем. При нарушении лакокрасочного слоя бампера его следует менять, а ведь бампер - это очень уязвимая и дорогостоящая деталь. Действительно ли его невозможно покрасить качественно, даже применяя современные покрасочные системы?

Ответ долго искать не пришлось. Ни о каком отслоении лакокрасочного слоя при покраске пластмассовых элементов любых машин, как нам поведали в уважающих себя автосервисах, не может быть и речи. При ис-

пользовании материалов, например, фирмы Du Pont, качественная покраска бамперов "жигулей" вполне возможна при условии детального соблюдения "дюпоновской" технологии".

Зная о том, что восстановить покрытие пластмассовой детали не так-то просто, мы захотели более подробно познакомиться с этой технологией и рассказать об этом нашим читателям.

Работа начинается с изучения маркировки материала, обычно указываемой на обратной стороне пластмассового элемента. Материалы с маркировкой ААS, АBС, РС, РVС входят в группу термопластов, имеющие обозначение РА, ЕР, РUР, - это термореактивные пластмассы (дуропласты) - и, наконец, РР, ЕРDМ, РОМ - полипропилены, образующие третью группу. Именно в эту, последнюю, группу входят бамперы ВАЗ-2110. Покраска материалов каждой из этих групп имеет свою специфику, которая должна учитываться при работе.

Особо внимательно необходимо относиться к деталям, не имеющим маркировки. Изготовленные мелкими фирмами (как правило, в странах традиционного рисосеяния), они часто имеют поверхность с неудаленным слоем силиконовой смазки, используемой при производстве и глубоко проникающей в материал детали. Вначале пластмассовые элементы должны быть отмыты от растворимых в воде загрязнений и нагреты до температуры 60°C в течение как минимум 30 минут. Затем поверхность обезжиривается специальными растворителями - для пластиков 1-й группы используется растворитель 3920S, а для остальных пластиков необходим растворитель для эпоксидных грунтов 3871S.

Иногда для немаркированных пластиков процедуру приходится повторять 2-3 раза. Для пластиков 3-й группы может потребоваться дополнительная обработка открытым пламенем газовой горелки. Процедуру нужно проводить достаточно быстро, чтобы не вызвать оплавления пластика, при этом пламя должно касаться поверхности материала для того, чтобы не закоптить деталь.

Заводские детали "жигулей", даже незагрунтованные, не нуждаются в этой процедуре, чего нельзя сказать о разных "самопальных" накладках, используемых для тюнинга. Только после обезжиривания можно приступать к механической обработке поверхностей, иначе силиконы окажутся распределенными по поверхности и приведут к существенному ухудшению адгезии лакокрасочного покрытия.

Механическая обработка ведется шлифовочными материалами зернистостью не больше 600 или скотч-брайтом. После механической обработки производится еще одно обезжиривание, при этом растворитель наносится на поверхность и, не допуская его высыхания, удаляется сухой ветошью (высохший растворитель оставит неустранимое впоследствии пятно силикона). Затем поверхность грунтуется. Наиболее разумным решением является применение двухкомпонентного грунта с высоким сухим остатком 1220R и с добавкой 5-10% пластификатора 805R.

Пластики 1-й и 3-й группы требуют нанесения специального грунта для гибких подложек 800R. Он наносится в один-два слоя с минимальной толщиной 5-10 мкм, за

10 минут до основного грунтования. Слоистые панели из термореактивных пластмасс не требуют применения специальной грунтовки. После этого на поверхность наносится слой выравнивающего грунта. В зависимости от гибкости элемента в грунт и последующий слой лака необходимо добавить до 25% пластификатора 805R.

Дальнейшая обработка не отличается от обработки металлических панелей. Описанная схема допустима не только для покраски нового элемента, но и для частичной покраски ремонтного участка. В этом случае ремонтный участок предварительно шпатлюется специальными шпатлевками фирмы "ЗМ" для пластмассовых деталей.

Как правило, передние бамперы в силу своего расположения больше страдают от механического воздействия камней и песка, вызывающего сколы лакокрасочного покрытия. Полностью избежать этого нельзя. Ведь даже стеклянные фары автомобилей на наших дорогах покрываются оспинами сколов буквально через год эксплуатации. Но бороться с этим все-таки можно. Фирмой Du Pont разработана специальная добавка BK220 к базовой эмали Centari 6000, обеспечивающей защиту от сколов, даже при повреждении лакового слоя.

Вот, собственно, и вся технология подготовки пластмассовой поверхности к покраске. Как видим, удлинение времени при работе с этими деталями возникает только за счет процедуры предварительного обезжиривания, так как дополнительные 15 минут, необходимые для нанесения и сушки при комнатной температуре грунта 800R, можно не учитывать. Более того, если можно обойтись без использования основного грунта, мы имеем выигрыш во времени да и по расходу эмали. Особенно это заметно в случае использования полупрозрачных "металликов" и "перламутров", так как грунт 800R может быть подкрашен пигментными пастами фирмы Du Pont.

Проверенная годами технология дает очень хорошие результаты - бамперы "десяток", покрашенных по этой методике, служат не меньше заводских, да и сколов на них возникает значительно меньше.

Но любая технология совершенствуется. Новейшая разработка Du Pont - универсальный двухкомпонентный грунт серии 901R. Серия грунтов 901-907, отличающихся только цветом (901R - белый, 907R - черный), сочетает в себе свойства адгезионного грунта и основного. С одной стороны, он имеет великолепную адгезию ко всем пластикам, включая PP, PP/EPDM, а с другой - может наноситься слоем толщиной до 30 мкм, перекрывая ремонтный участок, и шлифоваться "по мокрому" (шлифовальной бумагой P800-1000) через два часа воздушной сушки или через 30 мин сушки при 60°C.

Обезжиривание и предварительная обработка проводятся точно так же, как описывалось выше. Затем наносится один легкий слой (слегка смачивающий поверхность) и полный слой грунта толщиной 25-30 мкм, достаточный для заделки рисок, возникающих при обработке шпатлевок. Эмали можно наносить "мокрый по мокрому" через 15-20 мин после грунтования или после шлифовки, но не позднее, чем через 24 часа после нанесения.

Наличие двух цветов в системе, которые могут смешиваться в произвольном соотношении, дает возможность получить любой оттенок серого цвета и повышает укрывистость полупрозрачных эмалей. Однако главным преимуществом этого грунта является то, что он не оконтуривается при ремонте локальных участков. Следовательно, снижается расход краски и лаков, что

понижает стоимость ремонта. Это особенно важно при работе с относительно недорогими ВАЗовскими машинами. Интересно отметить: адгезия этого грунта даже выше, чем адгезия стандартных заводских грунтов.

Конечно, материалы для покраски пластмасс существуют и в иных покрасочных системах.

В системе Sikkens используются адгезионный грунт Sikkens Plastoflex Primer и пластифицирующая добавка Elast-o-Activ. Как и в системе Du Pont, в Sikkens имеются специальные добавки для создания текстурированной и матовой поверхностей. Подготовка поверхности происходит по вышеописанной технологии, за исключением одного - обезжиривание проводится специальным антистатическим обезжиривателем Antistatic Degreaser. Он содержит вещества с высокой электропроводностью, которые обеспечивают нейтрализацию статического электрического заряда, неизбежно накапливающегося на пластмассовых деталях при их обработке. Мало того, что статические заряды притягивают любую пыль, но они также приводят к неравномерному распределению пигментов и образованию светлых и темных пятен, хорошо заметных после покрытия поверхности лаком.

Свою специфику имеет и финишная обработка - многие пластмассовые накладки, например, "мерседесов", имеют матовую структурированную (как бы шершавую) поверхность. Поэтому в цветовой формуле эмали обязательно указывается количество рельефообразующей пасты Autocryl Structure Paste Fine. При добавлении 10% пасты глянец снижается в 2 раза, а при соотношении добавки и эмали 8:2 получается полностью матовая поверхность. На фактуру поверхности влияет в первую очередь метод нанесения. Если необходимо получить крупнозернистую поверхность, наносится 2-3 слоя эмали, с выдержками между слоями не менее 5 минут. Если требуется мелкозернистая фактура, интервалы между нанесением слоев не делаются. Конечно, многое зависит от руки мастера. Нужна большая практика, чтобы получить фактуру поверхности, в точности соответствующую заводскому покрытию.

Однако результаты при должном навыке получаются великолепные, а стойкость покрытий во многих случаях превосходит заводскую.

В заключение необходимо отметить, что описанная технология применяется не только для покраски пластмассовых деталей. Все чаще и чаще так окрашиваются металлические детали, покрытые специальными антикоррозийными составами. ■



Нанесение адгезионного грунта на бампер

## «Мобихел» расширяет спектр авторемонтной программы

Компания "Прогресс", эксклюзивный представитель в Украине и Молдове авторемонтных лакокрасочных материалов ТМ "Мобихел" производства словенской группы компаний "Хелиос", провела конференцию для дилеров и оптовых покупателей.

На конференции традиционно уделили внимание анализу потребностей рынка. Представители компании "Прогресс" отметили, что сегодня наблюдается значительное увеличение объема продаж акриловых эмалей, будущее же рынка - за современными микс-системами. Стратегическая цель компании по развитию этого направления была определена еще несколько лет назад, результатом чего стало открытие современных лабораторий по подбору цвета автоэмали по всей Украине. На данный момент их количество составляет порядка 150, на 2007 г. запланировано открытие еще более 70 лабораторий.



К концу 2006 г. ТМ "Мобихел" расширила уже давно представленный ею на рынке Украины полный спектр авторемонтной программы 59-ю новыми позициями, в число которых вошли новые цвета готовых металликов для автомобилей семейств Chevrolet, Lada, ZAZ, Daewoo, Opel. Также расширен ассортимент лаков, шпатлевок и многих других материалов.

В 2007 г. будет введена новая фасовка ЛКМ, которая позволит снизить затраты на полный комплект для покраски автомобиля. Также расширится спектр ЛКМ новыми продуктами ТМ "Мобихел": грунтами и лаками с низким содержанием летучих веществ, а также автоэмалиями на водной основе.

На начало 2007 г. компания "Прогресс" запланировала открытие в г. Запорожье современного учебного центра для колористов.

По оценкам дилеров, конференция прошла продуктивно. Многие согласились с тем, что поставленные руководством компании "Прогресс" цели по выведению ТМ "Мобихел" на первое место в большинстве сегментов рынка ЛКМ в 2007 г. вполне реальны и выполнимы.

## Инновационная линия водорастворимых эмалей ONYX HD от BASF

Компания "Европроект", эксклюзивный партнер на территории Украины концерна BASF, представляет инновационную технологию водорастворимой системы автомобильных эмалей ONYX HD.

Преимущества системы ONYX HD:

- пигменты ONYX HD концентрированы, обладают высокой укрывистостью и не боятся низких температур,
- срок хранения пигментов до 5 лет,
- минимизация складских запасов,
- высокая продуктивность ремонта,
- сокращение на 80%, по сравнению с обычной системой, выбросов органических растворителей и полное соответствие требованиям экологического законодательства,
- экономия по утилизации отходов до 95%,
- окрасочные пистолеты после использования могут быть вымыты проточной водой.



В эмали ONYX HD сочетается экологическая безопасность водоразбавляемой системы и простота применения и хранения традиционной авторемонтной эмали.

Применение эмалей ONYX HD гарантирует отличный результат при использовании любой техники ремонта: окраску "переходом", окраску в стык, полную перекраску кузова.

## Оборудование APP для сварки пластика

В конце прошлого года компания Auto-Plast Produkt расширила ассортиментную линейку оборудованием для сварки пластика.

Оборудование представлено: системой для починки пластмассовых элементов, стартовым набором для ремонта пластика, мини комплектом для склеивания пластика, электрическим спайщиком для пластика, проволокой для сварки пластика, материалом для усиления (алюминиевая защитная пленка, армирующая сетка из стекловолокна, алюминиевая сетка для армирования шва, активатор адгезии, растворитель воска и жира, ремкомплект для винила и кожи), структурными эпоксидными клеями, эпоксидными финишными шпаклевками, принадлежностями (ручной кассетный аппликатор 2 x 100 мл, наконечники для смешивания).



# НОВЫЙ ПРОЕКТ

ИЗДАТЕЛЬСТВА «АВТОЭКСПЕРТ»



**Читайте!**

ВСЕ ОБ УСТРОЙСТВЕ,  
ОБСЛУЖИВАНИИ  
И РЕМОНТЕ  
КОММЕРЧЕСКИХ  
АВТОМОБИЛЕЙ

**ПОДПИСКА, РЕКЛАМА - (044) 493-45-70**

ЖУРНАЛ РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ ПРЯМОЙ АДРЕСНОЙ РАССЫЛКОЙ ПО ПРЕДПРИЯТИЯМ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА



## Центр кузовного ремонта СТО "Интеркреденс"



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



**Для нас важен  
каждый  
клиент!**

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

## АВТОРИЗИРОВАННЫЙ СЕРВИС ПО ЗАМЕНЕ МАСЕЛ

**POWERED BY**

**LIQUI  
MOLY**

**ВСЕУКРАИНСКАЯ СЕТЬ**

**NEW** Пр-т Московский, 25 (территория АЗС ТНК),  
тел. 044 223 9543

**NEW** ул. Богатырская, 2д (территория АЗС ТНК),  
тел. 044 538 0930

с. Пролиски, ул. Броварская, 2А (территория  
гипермаркета "FOZZY"), тел. 044 205 5933

- ЗАМЕНА ФИЛЬТРОВ
- ТЕСТ И ЗАМЕНА
- ТОРМОЗНОЙ ЖИДКОСТИ
- ТЕСТ И ЗАМЕНА
- ОХЛАЖДАЮЩЕЙ ЖИДКОСТИ
- ЧИСТКА ИНЖЕКТОРА И ДИЗЕЛЯ
- ЧИСТКА КОНДИЦИОНЕРА
- АВТОХИМИЯ,
- АВТОМАСЛА, ПРИСАДКИ

