

АВТОМОБИЛЬНАЯ Покраска

№ 7 2008

Журнал для практиков автосервиса



**РЕМОНТНЫЕ
АВТОЭМАЛИ И СИСТЕМА
ЦВЕТОПОДБОРА**

**ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫЕ
МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ
КУЗОВНОГО РЕМОНТА**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ И
ИНСТРУМЕНТ**

**СЕРВИСНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ
СОПРОВОЖДЕНИЕ**

**ПРОГРЕССИВНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ ОКРАСКИ**

**ОБУЧЕНИЕ И
ИНФОРМАЦИОННАЯ
ПОДДЕРЖКА КЛИЕНТОВ**

**подбор
автоэмалей
R-M BASF**

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ СЕТЬ МАГАЗИНОВ



РОССИЯ: Москва, тел.: (495) 741 59 81, 642 81 03; Абакан, тел.: (3902) 25 86 10; Белгород, тел.: (4722) 34 92 07; Брянск, тел.: (4832) 56 35 64; Волгоград, тел.: (905) 394 55 32; Воронеж, тел.: (4732) 77 42 38; Екатеринбург, тел.: (343) 334 14 91, 219 13 42; Иркутск, тел.: (3952) 70 74 16; Казань, тел.: (843) 278 92 40; Красноярск, тел.: (3912) 61 79 93, 20 60 00; Курск, тел.: (4712) 51 29 29; И.Новгород, тел.: (8312) 36 75 63; Новосибирск, тел.: (383) 208 03 84; Омск, тел.: (913) 643 47 53; Оренбург, тел.: (3532) 75 70 06; Орел, тел.: (4862) 49 83 56; Пермь, тел.: (342) 290 78 51; Ростов-на-Дону, тел.: (863) 278 80 01; Рязань, тел.: (4912) 93 53 79; Самара, тел.: (846) 998 65 95; С.-Петербург, тел.: (812) 235 09 11, 380 42 33; Саратов, тел.: (8452) 29 24 36; Ульяновск, тел.: (8422) 45 31 49; Уфа, тел.: (3472) 92 15 09; Челябинск, тел.: (351) 791 57 14; Ярославль, тел.: (4852) 25 29 37, 32 89 18
УКРАИНА: Киев (044) 594 19 43/44/45, Донецк (0622) 95 65 84, Львов (032) 239 10 76, Одесса (067) 403 04 54, Краматорск (098) 571 04 27, Запорожье (0612) 60 29 75, Павлоград (050) 342 12 65, Харьков (097) 398 65 56, Мелитополь (097) 332 38 32, Славянск (050) 326 33 23.
БЕЛАРУСЬ: Минск, тел.: (375 17) 227 83 83; Витебск, тел.: (375 212) 24 97 90; Гродно, тел.: (375 152) 48 59 67; Брест, тел.: (375 29) 790 36 09; Могилев, тел.: (375 222) 45 34 54; Гомель, тел.: (375 29) 743 05 62



территория
профессионалов
авторемонта

www.kuzov-auto.ru

Подписной
индекс

99957

www.autoExpert.com.ua

ООО «Карсистем» – эксклюзивный представитель Car Bench в Украине



Украина, г. Киев, ул. Жилянская, 97-А
тел.: (050) 640-75-01, тел./факс: (044) 492-02-83
e-mail: carsystem@rambler.ru
www.carsystem.com.ua

Событие

2 AD Open. Шанс стать ближе

Организация работы

5 Авторемонтные ЛКМ в условиях кризиса

6 Audateх: глобальные данные – локальное применение
Немалую долю в перечне работ любой СТО занимает расчет стоимости восстановительного ремонта после ДТП. Быстро и правдиво оценить ущерб без специального программного обеспечения весьма трудно...

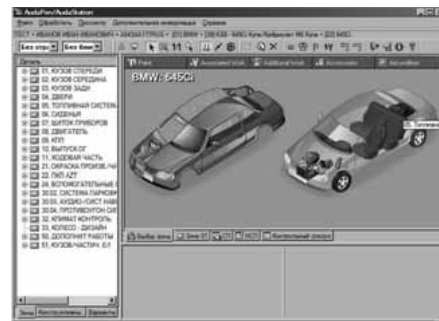
Персонал

8 Кузовной бизнес. Цель – продуктивный персонал

Технологии

12 Безопасная «вода». Преимущества и проблемы водорастворимых материалов

15 «Водные» краски: факты против мифов



U-ROL

Лакофарбові матеріали та засоби для кузовного ремонту автомобіля

58004, м. Чернівці
 вул. Маршала Рибалки, 3-В
 тел.: (0372) 52-06-34
 (050) 513-71-96
 Запоріжжя
 тел.: (061) 289-55-74
 (067) 562-21-27

АВТОФАРБА

обладнання для комп'ютерного підбору фарб для всіх видів автомобілів · підготовка персоналу

м. Рівне, вул. Крейдяна, 3, тел.: (0362) 26-79-47
www.autofarba.com, e-mail: autofarba@yahoo.com

Покрасочные камеры. Инфракрасные сушки.

Продаются ИК-сушки по 800 у.е.
 Покупателю камеры – ИК-сушка в подарок.

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

e-mail: lik@uch.net www.lik.in.ua

ОКРАСОЧНО - СУШИЛЬНЫЕ КАМЕРЫ "FIRAT"

- Окрасочно - сушильные камеры марки "Firat".
- Продажа, монтаж, пусконаладочные работы.
- Гарантийное и сервисное обслуживание.
- Проектирование СТО.
- Оснащение СТО под "ключ".

г. Симферополь
 ул. Кубанская, 22
 e-mail: info@pokkam.com
www.pokkam.com тел.: (0652) 25-34-56, (050) 582-08-35

AD Open. Шанс стать ближе



25 октября этого года в Киеве состоялось примечательное для всех, кто имеет отношение к автосервису, событие - выставка AD Open. Организатором данного мероприятия стала группа компаний «AD Украина», целью которой было объединить под крышей одного выставочного зала всех своих клиентов и партнеров. И хотя деятельность «AD Украина» имеет более широкий формат, нежели только кузовной бизнес, в данном материале остановимся именно на последнем.

Подобного рода мероприятие компанией «AD Украина» проводилось впервые. И хотим сказать, замысел удался. Количество участников и посетителей могут позавидовать организаторы многих выставок на автомобильную тему. Пересчитывать всех экспонентов мы, конечно, не стали, но согласно официальному пресс-релизу, число выставочных стендов превысило отметку в 70. Из всей когорты участников наиболее очевидное отношение к кузовному бизнесу имели четыре компании – «Колор Сервис» и «Форма Партс», которые являются структурными единицами «AD Украина», а также их партнеры по кузовному бизнесу –



Справка

AutoDistribution Ukraine («AD Украина») входит в состав одной из крупнейших европейских торговых групп – AutoDistribution International (ADI), которая была основана в 1970 году. На данный момент, этот закупочный союз включает 19 партнеров из 26 стран, 500 оптовых компаний, 2200 торговых точек и более 5500 мастерских (сеть СТО «AD Автосервис»/AD Garage, объединенных под единой торговой маркой AD, принадлежащей ADI).

Украинское отделение ADI начало свою активную деятельность в 2007 году. Сегодня в структуре «AD Украина» представлен ряд компаний: «Автотехникс», «Колор Сервис», «Форма Партс», «Карго Партс», «АТ Инжиниринг», «Азиан Партс», «Пролайф», «AD шина» и «AD Дизель», имеющие разные направления деятельности.

В 2008 году сеть «AD Автосервис» получила развитие и в Украине путем привлечения в нее независимых СТО, предоставляющих широкий спектр услуг без специализации по маркам автомобилей.

«Akzo Nobel» и «ЗМ-Украина». Подробнее – в высказываниях представителей данных компаний, которым мы задали несколько стандартных вопросов.

Что касается самой выставки, наблюдая за работой на стендах, часто можно было наблюдать радушный прием посетителей, радость от наконец-то состоявшейся встречи или знакомства, заинтересованность и желание общаться, узнать больше друг о друге и т.д. Поддерживали дружескую атмосферу и чувство сплоченности развлекательные шоу-программы, за которые организаторам выставки отдельная благодарность. Они вышли воистину захватывающими. Так, увидеть команду украинских силачей,

оценить и сопоставить их силу со своими возможностями, а также померяться выносливостью выразили желание многие из посетителей. Порой и не раз... А чего стоит выступление легендарной группы «Чиж & Со»... Ее поклонников на выставке также оказалось немало.

Хочется верить, что традиция организовывать подобного рода мероприятия будет продолжена. Естественно, не только ради развлечений и отдыха, а для возможности больше узнать друг о друге, укрепить имеющиеся связи или завести новые полезные знакомства и результативные контакты. Другими словами, надемся на шанс стать еще ближе...

Юрий Стороженко



Олег Хмелюк, руководитель отдела продукт-менеджмента компании «Форма Партс»:

– Какое отношение представляемая Вами компания имеет к выставке и, в частности, к AD?

– Мы входим в состав «AD Украина» как одно из самостоятельных предприятий. Компания «Форма Партс» занимается поставкой кузовных элементов автомобиля и оптики.

– Чем вызвана, по Вашему мнению, необходимость проведения данного мероприятия?

– Это первая выставка, проводимая «AD Украина», поэтому она имеет больше презентационный характер. Дело в том, что в Европе союз ADI достаточно раскручен и известен. Многие клиенты уже почувствовали преимущества работы именно с ним в плане использования единых стандартов сервиса, технологий, ценовой политики, компьютерной базы и т.д. Так построена работа в развитых странах, и я искренне надеюсь, что Украина тоже попадет в их число.

Сейчас в нашей стране пока что спрос превышает предложение в сфере автосервиса. И мы понимаем, что идем немножко впереди потребности рынка именно в таком союзе и способе подачи сервиса. Но однозначно и то, что он будет востребован. То есть сейчас, можно сказать, идет процесс подготовки почвы, показ принципов, методов и технологий AD – того, к чему стремится компания.

– Каких результатов ваша компания ожидает от выставки?

– Мы, как компания, которая входит в союз ADI, рассчитываем на какую-то имиджевую поддержку. В принципе, предприятие «Форма Партс» достаточно известно на рынке Украины. Основных игроков мы знаем, впрочем, как и они нас. Поэтому задача привлечь новых, крупных клиентов не стоит. По большому счету, наша цель – это презентация «Форма Партс» как члена группы компаний «AD Украина». Заявление о нас, как о серьезном игроке. Ну, и, естественно, позиционирование наших дилеров (мы ведем только оптовые продажи) как потенциальных членов AD.



Олег Бондарь, директор по продажам авторемонтных покрытий в Украине и Молдове компании Akzo Nobel:

– Какое отношение представляемая Вами компания имеет к выставке и, в частности, к AD?

– Мы сотрудничаем с компанией «Колор Сервис», которая является подразделением «AD Украина». В частности, «Колор Сервис» – официальный дистрибьютор одной из марок нашей продукции – Lesonal.

– Чем вызвана, по Вашему мнению, необходимость проведения данного мероприятия?

– Полагаю, что данная выставка направлена на развитие самих клиентов «AD Украина». К тому же посетителям предоставляется возможность больше узнать о передовых технологиях поставщиков и их брендов; поближе познакомиться и напрямую пообщаться друг с другом на профессиональном языке. И, собственно говоря, приоткрыть завесу над тем, что ожидает клиентов в будущем.

– Каких результатов ваша компания ожидает от выставки?

– Во-первых, мы ожидаем, что бренд Lesonal, который представляет «Колор Сервис», будет лучше узнаваем в сети AD. Во-вторых, мы приняли решение об участии в выставке с целью оказать поддержку партнеру и продемонстрировать, что компания «Колор Сервис» профессионально работает на рынке Украины, что предлагаемые ими материалы – высококлассные продукты, ориентированные на качественный и профессиональный ремонт.



Алексей Кирилук, старший торговый представитель компании «ЗМ Украина»:

– Какое отношение представляемая Вами компания имеет к выставке и, в частности, к AD?

– Компания «Колор Сервис», входящая в структуру «AD Украина», является одним из официальных дистрибьюторов «ЗМ Украина».

Материалы для авторемонта компании ЗМ распространяются через сеть дистрибьюторов, число которых сегодня составляет двенадцать. Десять из них находятся в Киеве, по одному в Харькове и Днепропетровске.

– Чем вызвана, по Вашему мнению, необходимость проведения данного мероприятия?

– Такая выставка дает возможность расширить круг партнеров по бизнесу, сделать более плодотворным сотрудничество с дилерами и непосредственными пользователями нашей продукции.

– Каких результатов ваша компания ожидает от выставки?

– Выставка даст больше информации нашим клиентам о передовых технологиях и материалах для кузовного ремонта, которые представляет компания «ЗМ Украина».



Олег Теплицкий, руководитель отдела продукт-менеджмента компании «Колор Сервис»:

– Какое отношение представляемая Вами компания имеет к выставке и, в частности, к AD?

– Мы входим в состав группы компаний «AD Украина». Направление деятельности «Колор Сервис» – бизнес кузовного ремонта (лакокрасочные и вспомогательные материалы, оборудование, инструмент для малярных комплексов, а также программное обеспечение и система обучений и консультаций).

– Чем вызвана, по Вашему мнению, необходимость проведения данного мероприятия?

– Выставка позволила нашим партнерам ближе познакомиться непосредственно с поставщиками той продукции, которую они используют. То есть клиент может задать вопрос не представителю «AD Украина», а непосредственно производителю. Мы познакомили наших клиентов со всей структурой «AD Украина», а также представили рынку одно из решений будущего развития бизнеса автомобильных услуг – сетевой концепт «AD Автосервис».

– Каких результатов ваша компания ожидает от выставки?

– Для нашей компании эта выставка позволит заявить о себе на рынке Украины. Многие клиенты AD, которые, может быть, еще не знали о нас (поскольку компания одна из самых молодых), теперь начнут сотрудничать с «Колор Сервис» и смогут открыть для себя немало интересных идей для развития своих компаний.

Авторемонтные ЛКМ в условиях кризиса

Объемы реализации ЛКМ напрямую связаны с количеством автомобилей в Украине, бум продаж которых последние 2 года значительно повысил объемы реализации ЛКМ. Связано это не только с ростом ДТП из-за возросшей численности автотранспорта, а и с предпродажной подготовки увеличивающегося количества автомобилей на вторичном рынке, желания владельцев обновить свои машины и т.п.

На июль этого года на 1000 жителей Украины приходилось 160 автомобилей (в Европе 400-600). В ближайшие 4-5 лет, по оценке экспертов, уровень поднимется до 250-300. Таким образом, **перспектива активного роста объемов реализации ЛКМ сохраняется**. При этом из-за роста вторичного рынка останется и востребованность красок готовых цветов.

Резкое падение продаж автомобилей в связи с возникшим кризисом вряд ли сильно скажется на объемах реализации ЛКМ, так как, по мнению экспертов, украинский рынок испытывает недостаток в малярных мастерских, и этот дефицит составляет около 40%. **Безусловно, снизятся темпы роста объемов продаж и усилится процесс перераспределения рынка в сторону более дешевых продуктов.**

Существующий спад в реализации ЛКМ – следствие шока, вызванного курсовым скачком и задержкой платежей страховыми компаниями. С моей точки зрения, в течение двух – трех месяцев все стабилизируется, но на первое место в кузовном ремонте выйдет экономия ресурсов и повышение качества работ.

Задержка выплат страховыми компаниями уже значительно тормозит работу малярных мастерских (клиенты есть, а денег нет). Идет накопление объемов ремонта, которые реализуются после наступления стабилизации. Часть клиентов идет на самостоятельную оплату ремонта и ищет дешевых исполнителей.

В связи с подъемом курса валют ценовая разница между красками высшего сегмента (в т.ч. и водорастворимыми) и материалами среднего сегмента резко возросла. Владельцы автомобилей (чей заработок в основной массе не вырос), безусловно, будут искать более дешевый ремонт. Малярные мастерские нацелятся на продукты с оптимальным соотношением цена/качество.

Популярные лакокрасочные системы среднего сегмента, такие как Mobihel, Dyna Coat, Lesonal и другие за время присутствия на рынке доказали достаточность своего качества для ремонта абсолютно всех марок автомобилей. При этом себестоимость ремонта системой материалов Mobihel в 2,5-3 раза ниже, чем материалами высшего сегмента. Экономия в 14 евро на каждой отремонтированной детали – достаточно весомый аргумент в пользу данной системы ЛКМ.

Разница в качестве между материалами высшего и среднего сегмента весьма услов-

на. Титаны мировой химической индустрии (BASF, Akzo Nobel) тратят огромные средства на развитие новой продукции, ее испытание, рекламу. Их продукция, в силу ее высокой технологичности, производится в развитых странах, где дорогая рабочая сила, энергоносители, земля и плата за экологию. Дорого обходится рекомендация производителя ремонтировать его автомобили краской того или иного бренда. Именно поэтому такие бренды, как, например, Sikkens и Glazurit имеют высокую стоимость.

В условиях современных информационных технологий новые разработки лидеров быстро становятся доступными для других менее мощных производителей, которые при минимальных затратах создают более дешевые аналогичные продукты. Следовательно, критерием «высший» или «средний» является, в первую очередь, цена, а не качество.

Сравнивая авторемонтные системы, следует иметь в виду очень широкий спектр критериев и постоянную динамику их развития. Кто-то выпускает новый продукт раньше, кто-то – позже. У кого-то лучше одни характеристики, а у кого-то – другие. Субъективно маляр лучше знает технологии одного производителя, привыкает к его продукции и, имея проблемы от незнания при использовании продукции другого производителя, нелестно отзываться о последнем.

Все авторемонтные окрасочные системы, прижившиеся в Украине, хороши. Но каждая система имеет свои особенности в технологии использования и требует от потребителя их знаний.

В условиях кризиса, когда каждая СТО вынуждена искать резервы понижения себестоимости своих работ без ущерба для их качества, использование авторемонтных ЛКМ «среднего» сегмента – достойный и экономически оправданный выход.

Евгений Ким

ООО «Компания «Прогресс»



Евгений Ким, заместитель директора департамента ЛКМ по развитию компании «Прогресс»

Сравнительная стоимость материалов при ремонте одной детали материалами высшего и среднего сегментов в оптовых ценах

Операция	К-во материала в мл на 1 деталь	MobiHel		Средняя оптовая цена на премиум бренды	
		Цена 1-го литра	Евро на 1 деталь	Цена 1-го литра	Евро на 1 деталь
Окраска базой					
Обезжиривание	100	3,05	0,31	9,26	0,93
Грунтование					
Вторичный грунт	150	6,9	1,04	26,40	3,96
Отвердитель	38	9,59	0,36	26,92	1,01
Разбавитель	15	4,82	0,07	8,53	0,13
Окраска базой					
База MIX	150	20,23	3,03	43,79	6,57
Разбавитель	75	5,552	0,42	11,65	0,87
Лакировка					
Лак MS	200	6,42	1,28	23,93	4,79
Отвердитель	100	7,96	0,80	21,77	2,18
Разбавитель	20	4,82	0,10	9,93	0,20
Стоимость ремонта 1-й детали базой в Евро			7		21

Audatex: глобальные данные – локальное применение



Немалую долю в перечне работ любой СТО занимает расчет стоимости восстановительного ремонта после ДТП. Причем зачастую ремонт оплачивается не клиентом, а страховой компанией, где он застрахован. В таких случаях очень важным моментом является достижение взаимопонимания между страховыми компаниями и СТО на основе правильной и достоверной оценки ущерба, полученных транспортными средствами. Реже сталкиваются со страховыми компаниями станции, специализирующиеся на кузовном ремонте, а также универсальные СТО, но это не отменяет необходимости быстро и правдиво оценить ущерб, что весьма трудно сделать без специального программного обеспечения.

Действительно известных и авторитетных поставщиков программных продуктов по расчету убытков не так много во всем мире, и их имена всем известны. Но даже в этом ряду Audatex стоит особняком. Почему? Да потому что это единственный глобальный поставщик подобного продукта. Будучи безусловным номером один в Европе и находясь в лидирующей тройке на североамериканском рынке, компания по праву занимает первое место в мире. Сегодня продукцию Audatex использует более 50 тыс. клиентов во всем мире, а создание и обслуживание продукта осуществляется силами более 2000 сотрудников в 56 странах. Более 60 млн. долларов вкладывается ежегодно в развитие

продуктов, из них более 30 млн. долларов вкладывается ежегодно в развитие базы данных.

База данных

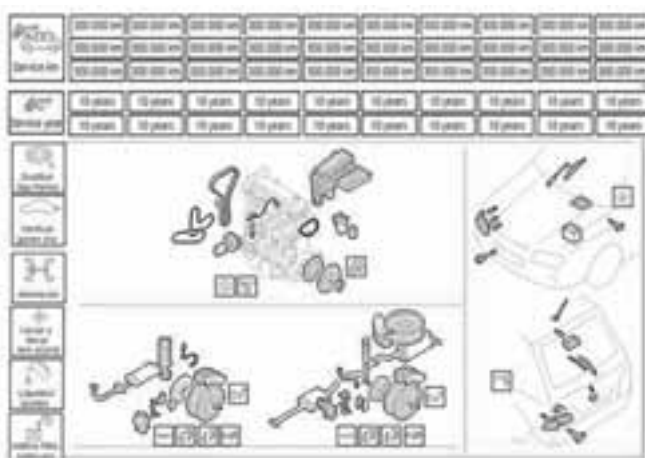
Информация для формирования базы данных собирается от 68-ти производителей/импортеров, модели которых отражаются в программном продукте Audatex, куда входят около 120 тыс. подтипов автомобилей, более 22 тыс. вариантов оснащения, 16 млн. позиций запасных частей, 3,2 млн. типов работ, 2,5 млн. лакокрасочных позиций. Вся эта информация занимает более 1400 файлов, объемом более 5800 мегабайт, а в бумажном виде это составит более 3,2 млн. листов. Для сравнения, высота киевской телебашни – 385 мет-

ров, а высота стопки бумаги из 3,2 млн. листов – 320 метров!

База данных программного продукта Audatex содержит информацию о различных типах транспортных средств: легковых автомобилей, микроавтобусов, минивенов, пикапов, коммерческих транспортных средств малой и большой грузоподъемности, мотороллеров, мотоциклов, кемпинговых автомобилей. Сбор и обработка информации проводится в пяти Центрах сбора и обработки информации по всему миру, они работают над тем, чтобы информация от производителей была достоверной и обновлялась своевременно. И самое главное, что в базе данных Audatex исключен повторный подсчет смежных работ (пересекающиеся операции). Такой подход позволяет при расчете стоимости восстановительного ремонта достигать высокого уровня достоверности. Пользователи имеют возможность обновлять базу данных ежедневно, в режиме онлайн.



Высота стопки бумаги со всей базой данных Audatex сопоставимы с высотой киевской телебашни!



В базе данных программного продукта Audatex заложена информация, которую нельзя корректировать пользователем это: трудозатраты на монтажно-демонтажные работы узлов и агрегатов, трудозатраты на лакокрасочные работы, методики расчета расхода лакокрасочных материалов, а также цены на запасные части и агрегаты генеральных импортеров для рынка Украины. Сегодня такую информацию уже предоставили более 20 генеральных импортеров за исключением АВТ Бавария, Тойота Украина, Хонда Украина, УкрАВТО (Opel, Chevrolet, Daewoo, Cadillac, ЗАЗ, ВАЗ), Scania, Iveco Украина.

Как мы видим, программный продукт Audatex является уникальным инструментом для расчета стоимости восстановительного ремонта целой гаммы транспортных средств. Он позволяет проводить расчеты стоимости восстановительного ремонта исключительно на основании имеющихся в программном продукте Audatex базы данных. Пользователь может в ручном режиме вносить изменения и поправки в каль-

куляцию, о чем программа будет информировать его звездочкой в конце строки, в связи с чем, именно он несет всю меру ответственности за правильность и достоверность проведенных расчетов. Также достоверность представленных расчетов подтверждаются контрольным листом и перепроверкой калькуляции на другом компьютере, где установлен Audatex.

Преимущества

Что дает СТО использование программного продукта Audatex?

- В условиях обязательного страхования транспортных средств построение доверительных отношений между всеми участниками урегулирования страхового события – страховой компанией, СТО и экспертами, которые используют единый инструмент расчета стоимости ущерба.
- Повышение качества обслуживания клиентов за счет сокращения сроков обслуживания, что делает вас более привлекательным в глазах клиентов.
- Помимо динамического обновления базы данных в режиме реально-

го времени, в распоряжении всех пользователей Audatex – практически непрерывная техническая поддержка со стороны представительства в Украине.

Все преимущества использования Audatex уже проверили на себе более 700 пользователей – партнеров «Аудатекс Украина». Но перечень услуг, которые компания предлагает в рамках своего программного продукта, не ограничивается оценкой ущерба автомобиля после ДТП. Следует отметить такую услугу как – AudaVIN. Эта услуга позволяет определить данные об автомобиле по VIN-коду. Также будет важен в работе СТО административный модуль AudaShare. Но обо всех этих и других продуктах читайте в следующих номерах нашего журнала.



ул. Михаила Донца, 6, офис 303
03061, г. Киев, Украина
тел.: (044) 496-46-86
факс: (044) 496-46-87
www.audatex.ua

Кузовной бизнес

Цель — продуктивный персонал

Профессиональный работник всегда в цене, независимо от времени и ситуации в стране. Но сегодня, как и раньше, перед руководителями стоит одна и та же дилемма: где взять подходящих специалистов и как создать высокопродуктивную команду. Вроде бы, человечество идет по пути совершенствования образовательных процессов, а вопрос так и остается на повестке дня для многих отраслей, включая автосервис. Где найти сотрудника кузовной мастерской – об этом мы спросили Олега Дяченко, специалиста широкого профиля в сфере кузовного бизнеса и сотрудника Представительства Akzo Nobel Representative office B.V. в Украине.

– Олег Андреевич, Вам известны госучреждения, готовящие специалистов для кузовного ремонта?

– Скажу так: если они и есть, то, по крайней мере, я еще ни разу не встречал их выпускников, работающих в автосервисе. О подобных слышал. Например, о киевском училище, якобы готовящем маляров. Но его поисками не занимался, так как полагаю, это все равно не даст желаемых результатов.

– То есть Вы уверены, что сегодняшний уровень образования недостаточен, чтобы после окончания вуза можно было приступить к работе на СТО?

– Да, к сожалению, я более чем в этом уверен...

– Тогда закономерный вопрос: кто работает в автосервисе?..

– Изначально следует разобраться, из кого производят набор продуктивного персонала станции. Итак, претендентов обычно рассматривают из следующих групп:

- «Гаражники», то есть выходцы из «гаражей».
- Ученики – новые люди (вполне воз-

можно, даже не имеющие никакого отношения к технике или технического образования), которые приходят на сервис учиться, осваивая азы профессии под началом наставника. В качестве последнего может быть как работающий на станции специалист (рихтовщик, маляр, колорист), так и представитель компании-поставщика материалов (имеются ввиду специальные обучающие программы/тренинги, предлагаемые операторами рынка ЛКМ).

Забегая немного наперед, замечу, что эти две группы – наиболее вероятный рабочий штат станции.

В случае открытия нового сервиса первый путь, по которому идут многие владельцы и менеджеры в попытке быстро закрыть вакансии, – это переманивание специалистов. Если брать весь продуктивный персонал станции, его можно разделить на три категории:

– Квалифицированные специалисты. То есть люди, умеющие и желающие работать. Такими кадрами дорожат и пытаются предложить достойные условия работы. Поэтому если сотрудника на старом месте все устраивает, переманить его нереально.

– «Кочевники», то есть специалисты, переходящие с одной станции на другую в поисках лучших условий. Причины такого «порхания» разные. Как правило, это желание больше зарабатывать. Дополнительными факторами могут стать более широкий социальный пакет, лучшие условия труда, профессиональный рост, конфликт с руководством на старом месте работы и т.д. При открытии новой станции из данной категории набирается больше всего людей.

– Далее идут, если так можно выразиться, «мастера-нечестивцы». Это тоже кочующие со станции на станцию люди, но имеющие, в отличие от представителей предыдущей группы, иные мотивы/проблемы: склонность к спиртным напиткам, хищению и т.д. Понятно, что представители данной категории на одном месте долго не задерживаются.

– То есть из опытного работающего сегмента для новой станции целевую группу специалистов составляют специалисты-кочевники?

– Совершенно верно. Но тут есть свои нюансы. Как уже упоминалось, обычно пред-

ставители данной группы руководствуются желанием больше зарабатывать. Так вот проблема заключается в том, что, даже выплачивая запрашиваемую сумму (естественно, выше, чем на предыдущем месте), от этого они эффективнее работать не станут. Ведь, по большому счету, их приход связан не с возможностью улучшить свою квалификацию и производительность, а только с желанием улучшить материальное положение. И чаще всего мотив один: «сколько платите, на столько я и буду работать».

И вот, когда сервис не выходит на запланированные уровни развития и прибыли (соотношение расходов и доходов), руководство начинает давление на персонал, пытаясь, таким образом, повысить его продуктивность. Однако ничего не выходит. Далее идет весьма закономерный процесс: если никакие меры не действуют – начинается увольнение. То есть – замкнутый круг.

Выход из ситуации, учитывая все вышесказанное, один – набирать и учить новых людей. Человек, обученный на станции, которому здесь все понятно, который рос параллельно с сервисом и чего-то на нем достиг, в сторону конкурентов смотреть не будет. Мотивировав его, предоставив возможность обучения и удовлетворив в меру заслуг, станция получает от сотрудника максимальную отдачу.

– Но обучение новых людей требует не только времени (а оно, как мы знаем, часто на вес золота), но и наличия мастера-учителя...

– В старые добрые времена на предприятиях мастеру давали ученика, за которого ему доплачивали. Сейчас, к сожалению, ситуация несколько иная. Сегодня мало кто из маляров хочет делиться своим опытом, считая, что он узнал что-то сверхсекретное, известное только ему одному. Хотя зачастую это не так...

Несмотря на все трудности, на многих сервисах все равно приходят к решению, что людей нужно учить. Причем, как новобранцев с «нулевыми» начальными знаниями, так и выходцев из «гаражей». Последние требуют обучения, потому что переход на новую станцию зачастую связан с работой с иными материалами. Это может вызывать трудности: другие пропорции смешивания, межслойные выдержки и т.д. Данная информация дается в технической документации. Если человек хочет меняться и учиться, с этим не должно возникнуть трудностей. К тому же следует учитывать, что у него уже есть какие-то базовые знания и навыки.

Хотя есть и обратная сторона медали, степень влияния которой на дальнейшую работу человека всецело зависит от его дисциплинированности и гибкости. Переходя на новые материалы, нужно четко



Олег Дяченко

Место работы – Представительство Akzo Nobel Representative office B.V. в Украине.

Должность – технический представитель.

Основные обязанности – работа с новыми сервисами (проектирование, налаживание структуры и процессов, проведение необходимых расчетов и т.д.) и персоналом (помощь с подбором, обучение, тренинги по управлению), консультации по различным направлениям кузовного бизнеса.

придерживаться технологий работы, условно забыв о том, что и как ты делал еще вчера. Это бывает порой не так уж просто. Приходится перебороть свои привычки...

Что касается нового персонала, могу сказать, бывали случаи, когда на сервис набирали людей, вообще не представлявших, как проходит восстановление кузова. Они не имели абсолютного никакого отношения к автосервису. Просто работу разбивали на простейшие операции, которые они и выполняли. К слову, успешно.

К процессу обучения обычно привлекают технический потенциал поставщиков (что гарантирует подачу требуемых знаний), проводящих занятия либо на месте, либо в специализированном учебном центре.

– Важный момент – «притирка» и стабильность коллектива. Как формируется рабочая команда?

– Из опыта могу сказать, что в первый год работы станции идет становление коллектива. Причем за это время он может поменяться полностью. То есть может не остаться ни одного человека из первоначально принятых на работу. Но если остаются, то только те, кто готов учиться и развиваться. Добавлю, что они обычно и составляют основной костяк, на основе которого в дальнейшем наращивается и формируется коллектив сервиса.

– По Вашему мнению, что для работника является главным фактором, удерживающим его в коллективе?

– У каждого своя мотивация. Одним важны деньги, другим – рост, третьим – социальный пакет и т.д. Если руководитель сервиса грамотный, работает с персоналом, он должен найти подход к каждому сотруднику, узнать чем он «движим» и к чему стремится.

Могу добавить, что, помимо «личност-



Akzo Nobel проводит тренинги для персонала своих клиентов: а) для маляров (Варшава), б) для руководителей сервисов.

ных» факторов, то есть сугубо индивидуальной мотивации, очень важна атмосфера в коллективе. Если, к примеру, человек будет получать даже большую, чем изначально надеялся, зарплату, но при этом на него будут, условно говоря, с утра до вечера кричать, он долго не задержится. По моим наблюдениям, отношения в коллективе и рост человека – это основные удерживающие факторы для большинства специалистов.

Ну а те, кто ищет только деньги, будут их и дальше искать...

– Кто ищет, тот всегда найдет. Разве не так?..

– Я бы сказал, не всегда. Мне известны многие сервисы, и, на самом деле, условия везде примерно одинаковы. Сейчас руководители стали больше беспокоиться о своем персонале. Мы можем, например, измерить в деньгах ремонт или замену окрасочной камеры, переделку какой-то работы. Но потерю продуктивного персонала, тем более квалифицированного, оценить невозможно. Поэтому если у работника и возникает какая-то проблема технического характера, ее пытаются решить (например, обучением) и удержать человека. То есть следует понять, что нужно работнику.

Сейчас я не знаю хороших специалистов, которые бы постоянно кочевали. Безболезненно переходят со станции на станцию и все время находятся в поисках люди с какими-то проблемами. Тем же, для кого работа – это профессия, чтобы сорваться, нужна веская причина. Как правило, уходы связаны с проблемами внутри коллектива – не влился в команду, плохое отношение, систематические и длительные задержки в оплате труда и т. д. Повторюсь, причины могут быть разные.

– С поиском и формированием коллектива разобрались. Обратимся к не менее важному моменту – к ва-

лификации персонала. Как вы оцениваете его уровень на отечественных станциях?

– Я бы сказал, пока очень низкий. Где-то раза в два ниже (условный уровень – 40-45%) чем, к примеру, в западной Европе (в районе 80-90%).

– К таким результатам Вы пришли в ходе исследований?

– Да. Проверяется путем теоретических и практических заданий.

– Где больше всего допускается оплошностей в работе?

– Из практики могу сказать, что, в процентном соотношении, схема распределения допускаемых ошибок следующая:

- Неправильный выбор продукта – 2%.
- В процессе подготовки – 75-88%.
- В процессе окраски (нанесение) – 15-25%.
- Другие (например, неправильное хранение продукта) – 2%.

Как видно, основная доля выпадает на этап подготовки.

– Как можно повысить уровень квалификации персонала?

– Только обучением и получением профессиональных навыков. То есть основа всего – технические знания. Если их нет, то не на что наращивать навыки. Как говорится, «нельзя школу обойти, ее нужно пройти».

– По Вашему мнению, какие барьеры стоят на пути повышения квалификации? Люди не хотят учиться, не имеют доступа к требуемой технической информации? В чем причины?

– Можно иметь условия, можно иметь возможности, но вот если нет желания... Все очень просто. Знания можно дать каждому. Вопрос в другом – будет ли человек ими пользоваться? Поэтому основная задача после проведения обучения –

контроль применения полученных знаний (например, соблюдение соотношений ингредиентов, шагов/приемов работы и т.д.).

– Расскажите, пожалуйста, кратко о схеме проверки знаний персонала.

– Проверка знаний персонала зачастую проводится в двух случаях: в момент принятия на работу (чтобы выяснить уровень квалификации) и непосредственно в рамках обучающих программ (запланированное обучение при запуске новой станции, в ходе повышения квалификации, по желанию клиента в случае систематического выявления однотипных дефектов и т.д.). Причем в последнем случае я провожу тестирование два раза – до начала обучения (чтобы узнать начальный уровень знаний) и после него (для определения степени усвоения и соблюдения поданного материала).

Итак, для того чтобы узнать знания персонала, во-первых, дается теоретическое задание (в виде тестов: вопрос-ответ), во-вторых – практическое (выполнить определенную операцию). То есть это не устный экзамен, где в случае какой-то неточности можно выкрутиться. В данном случае знания по теории остаются на листе бумаги, их не исправишь, а по практике – видно воочию как процесс, так и результат работы. В комплексе, сопоставив итог теоретического теста и

практического задания, можно сделать соответствующие выводы об уровне знаний и умений человека.

– Затронув тему обучения, хочется узнать, какие тренинги чаще всего Вами проводятся, то есть востребованы клиентами?

– Видов предлагаемых нами тренингов много. Наиболее востребованные и часто проводимые: профессиональная подготовка, колористика, профессиональная техника нанесения.

Первые два мы пытаемся проводить без отрыва персонала от производства или же в своем учебном центре, устроенном на базе нашего столичного партнера. Что касается техники нанесения, где предполагается много практики и технических приемов, стараемся организовать в учебном центре в Варшаве. Его длительность составляет около недели.

Помимо этого, весьма актуальным сегодня является тренинг по управлению кузовным сервисом (бизнес-обучение).

А вообще, наш пакет услуг очень широк. Ведь на то Представительство и существует, чтобы предоставлять своим клиентам и партнерам по бизнесу всестороннюю поддержку. В том числе и в вопросах обучения персонала.

Беседовал **Юрий Стороженко**

AkzoNobel

Tomorrow's Answers Today



Справка

Представительство Akzo Nobel Representative office B.V. – отделение одного из крупнейших в мире игроков рынка ЛКМ. Поддерживаемые в Украине мировые бренды для кузовного ремонта, рекомендованные ведущими автопроизводителями: Sikkens и Lesonal.

Роль Представительства – популяризация представляемых марок продукции на отечественном рынке, внедрение в Украине мировых стандартов деятельности автосервисов, новых технологий и тенденций в кузовном ремонте, всесторонняя поддержка клиентов и партнеров, повышение прибыльности их деятельности, что базируется на следующих принципах и направлениях работы:

1. Поставка только качественной продукции.
 2. Предложение материалов и технологий для любого уровня сервиса (производства) в зависимости от его потребностей и возможностей.
 3. Предоставление высокоуровневой технической и сервисной поддержки:
- определение потребностей в тренингах

персонала и их уровня квалификации;

- проведение тренингов в учебном центре и на местах;
- консультации по вопросам управления, обслуживания оборудования, применения материалов, контролю качества и т.п.;
- консультации по принятию политики ценообразования;
- оценка эффективности управления автосервисом;
- организация ремонтного процесса, консультации по подбору необходимого оборудования для СТО;
- оперативное планирование (оптимальная загрузка мастерской – рабочих и оборудования);
- помощь в создании условий для увеличения срока гарантии на восстановительный ремонт;
- помощь в создании условий для привлечения клиентов страховых компаний и т.д.

На сегодняшний день клиентами компании в Украине являются сервисы, обслуживающие автомобили марок: Audi, BMW, VW AG, Opel, Chevrolet, Peugeot, Nissan, Renault, Mitsubishi, Chrysler, Jeep, Skoda, Ford и др.

**Девиз компании –
«Развиваемся вместе!»**

Безопасная «Вода»

Преимущества и проблемы водорастворимых материалов

Еще совсем недавно можно были услышать живые дискуссии о материалах на водной основе. Однако сейчас они заметно поутихли, так сказать, прошла волна ажиотажа. И лишь отдельные фирмы еще более-менее настойчиво пытаются освещать и продвигать данные продукты, как правило, характеризуя их только с положительной стороны. Но желаемого «рывка» популярности все равно не наблюдается. С чем это связано? Рассказать о барьерах, стоящих на пути широкого распространения водорастворимых материалов и их перспективах мы попросили управляющего продажами Spies Hecker в Украине компании «Колорит ЛТД» Артура Кулешюса.



Артурас Кулешюс,
управляющий продажами Spies Hecker в Украине компании "Колорит ЛТД"

– Артурас, расскажите немного о красках на водной основе. Какова роль в них самой «воды»?

– В первом приближении материалы на водной основе – это продукты водной акриловой дисперсии. Вода в них выступает «транспортным средством», благодаря которому осуществляется перенос составляющих (цветовых пигментов, обволакиваемых связующим, алюминиевых частиц, если это «металлики», и т.д.) на окрашиваемую поверхность.

Стимуляторами развития водоразбавляемых красок и их внедрения, главным образом, выступили экологи. Ведь материалы на водной основе, в первую очередь, экологичнее сольвентных: отсутствует эмиссия в окружающую среду органических растворителей. В промышленности они уже давно используются. Что касается автосервиса, то переход на водорастворимые продукты в Европе произошел после введения директивы 2004/42/СЕ в 2007 году, ограничивающей содержание ЛОС в материалах для кузовного ремонта. Подробно останавливаться на ней не буду. Полагаю, о данных нормативах все уже слышаны.

Безусловно, за водорастворимыми красками – будущее. Даже исходя из того, что сольвенты – это органическая химия, производная от нефти. А с нефтью,

как мы знаем, не все так гладко. Запас ее ограничен, да и других областей ее применения немало. Поэтому водные краски постепенно вытеснят сольвентные материалы. К тому же они будут постоянно совершенствоваться для минимизации тех недостатков, которыми сегодня обладают. Этот процесс уже начался. Как пример – решение проблемы транспортировки и хранения данных материалов при низких температурах.

– Неужели краска на водной основе настолько безопасна, что может быть «панацеей от всех бед»?

– Если говорить об эмиссии органических растворителей, то да, в этом плане она безопасна. Но имеется и другая сторона медали. Проблема кроется в том, что краска – это не монопродукт, а «составной» материал. Прежде всего, это эмульсия, в которой присутствует, помимо «подавшащегося» упрямднению органического растворителя, ряд других не менее опасных компонентов. В первую очередь, речь идет о металлах (оксид титана, кадмий и т.д.) и других элементах, являющихся в той или иной мере токсичными (ядовитыми) веществами.

Сегодня же на многих станциях еще актуальна проблема трудовой дисциплины, использования средств индивидуальной защиты. Но вот только если сольвентные материалы, за счет «вредного растворителя», имеют резкий отталкивающий запах, который как бы информирует человека об опасности и провоцирует его защитить себя (использовать респиратор, перчатки и т.д.), то водорастворимые материалы им не обладают, то есть отсутствует таковой «сигнал тревоги». Вот в этом и заключается парадокс: при работе с водорастворимыми материалами специалист может подвергать себя еще большей опасности, чем при использовании сольвентных красок, за счет пренебрежения средствами защиты. Ведь не ощущается угроза...

– Другими словами переход на водорастворимые краски должен сопровождаться беспрекословным выполнением правил техники безопасности?

– Да. Причем начиная от индивидуаль-

ных средств защиты и заканчивая утилизацией продуктов. Ведь, с одной стороны, конечно, хорошо, что мы можем помыть рабочий инструмент прямо под краном (раньше, при работе с традиционными материалами, для этого использовался растворитель). Но при условии, что в окружающую среду ничего не попадет. Поэтому необходима установка специальных фильтров-улавливателей, в которых будет скапливаться вредоносный осадок. Последний, кстати, потом необходимо утилизировать. И, на самом деле, утилизация данных продуктов выходит несколько дороже, чем сольвентных.

– Да и сами водорастворимые краски дороже традиционных...

– Да, они дороже. Но, в свою очередь, они экономичнее в расходе. Дело в том, что водные краски обладают лучшей укрывистостью, у них формирующийся сухой остаток толще, чем в сольвентных материалах.

– Что Вы можете сказать об отличиях непосредственно в работе маляра с красками на водной основе?

– Работу с данными материалами можно рассматривать в нескольких аспектах. Во-первых, это касается нанесения и «поведения» водных красок, в чем они несколько отличаются от традиционных. И если маляр уже привык к сольвентным продуктам и методам работы с ними, то переход на что-то новое, отличающееся, понятное дело, вызывает некоторые неудобства. Например, он в конкретных ситуациях привык наносить сухим слоем, ориентироваться на блеск поверхности после распыления и т.д. С водными красками все иначе. Это другой продукт.

Отличия имеются и в работе с эффективными цветами, например, «металликами». Известно, что один и тот же материал несколько человек могут уложить по-разному. С водными красками в этом плане еще сложнее. Ведь в формировании покрытия не последняя роль отводится скорости испарения определенной составляющей, которой в сольвентных материалах выступает растворитель. А водорастворимые материалы характеризуются низкой испаряемостью, правда, водной части. Следовательно, частицы укладываются постепенно и дольше, чем в сольвентных продуктах. Причем не всегда так, как требовалось. Положил слишком сухо – краска осветлилась, чересчур мокрый (толстый) слой – частицы получили больше места и времени, чтобы улечься. А если слишком утопил «алюминий», цветной пигмент всплыл – отличия от реального цвета гарантированы.

Хотя в этом можно увидеть и положительный момент. Иногда из-за высокой

испаряемости растворителя в традиционных материалах металлические частички не успевают сорентироваться. Несколько увеличенное время сушки водорастворимых материалов может способствовать более правильному и равномерному их распределению в слое краски (при оптимальной его толщине).

– А как обстоят дела с колористикой водорастворимых красок?

– Попасть в цвет «водой», как правило, сложнее, чем при работе с сольвентными материалами, что обусловлено в том числе уже описанными отличиями. Поэтому рекомендуется использовать специальный прибор для подбора краски – спектрофотометр. Это крайне простое по конструкции и работе устройство. Хотя главная его проблема – отсутствие избирательности человеческого глаза. Спектрофотометр трактует любую царапину на поверхности ЛКМ как изменение тона, не видит так называемого бокового флота, изменений оттенка и т.д. Но, в принципе, все эти проблемы постепенно решаются на программном уровне. С каждым годом софт совершенствуется. Полагаю, за ними, как и водными материалами, будущее.

Электронные устройства постепенно вытесняют существующие сегодня каталоги натуральных выкрасок, которые, следует заметить, не всегда соответствуют реальному цвету покрытия даже нового автомобиля. Но человеческий фактор все же остается важным в том плане, что необходимо уметь анализировать предложенные прибором данные. Ведь он выдает несколько формул, и специалист должен решить, какую рецептуру следует применить. Кстати, в Украине удачно используется уже около пяти этих устройств.

– Наверное, несколько снизить эффект неточности подбора позволяет окраска методом плавного перехода...

– Естественно, при локальном ремонте выручает так называемая растяжка, или, другими словами, окраска плавным переходом (что позволяет не только облегчить жизнь колористу, но и сделать место ремонта незаметным). При данной операции водорастворимая краска даже несколько лучше традиционной ввиду того, что меньше вероятность проявления ореола. Как уже было сказано, для нее характерен более долгий процесс сушки, и место «перехода» не так явно себя проявляет.

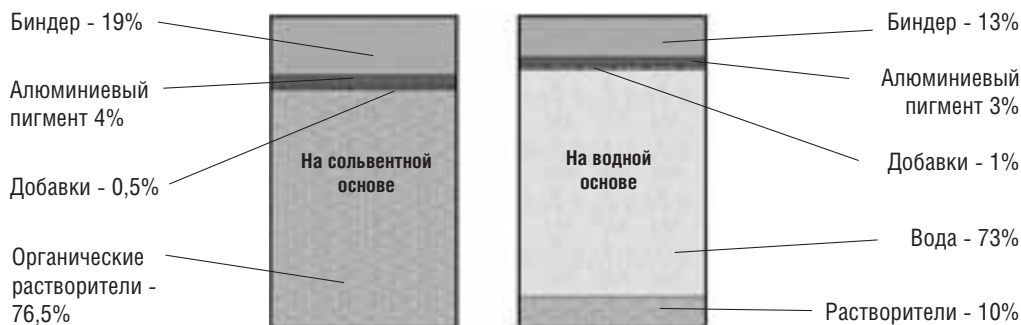
– Коль уж мы упомянули сушку, какие существуют требования к данному процессу при работе с водорастворимыми красками

– Если для сольвентных красок важным



При работе с водорастворимыми материалами воздухообмен в камере должен быть не менее 18 тыс. м³, а относительная влажность – в пределах 75-90%. Если используются нагнетатели, воздух должен подаваться под углом к обрабатываемой детали (30-45°С).

Ориентировочное сравнение красок «металлик» на водной и сольвентной основе



показателем была температура, то при работе с водорастворимыми ей выделена вторичная роль. Здесь первостепенное значение имеет воздухообмен, который в окрасочной камере должен быть не менее 18 тыс. м³. Если меньше – сушка будет непропорционально долгой.

– С чем это связано?

– Органические растворители легче испаряются, то есть быстрее улетучиваются. Вода – тяжелее. Поэтому, как только ее молекулы поднялись над обсушиваемой поверхностью, их сразу нужно убирать.

Повышение температуры не даст желаемого результата, так как это приведет к увеличению влажности воздуха выше допустимого предела. А это критично для водных красок, поскольку может измениться оттенок покрытия. Тогда вся выполненная работа – насмарку.

– А какие выдвигаются требования к влажности воздуха?

– В общем, относительная влажность воздуха должна быть в пределах от 75 до 90%. Кстати, это еще одна преграда на пути внедрения водорастворимых красок для некоторых сервисов. Ведь, например, в Одессе данный показатель часто находится в районе 92-95%. Повышенная влажность также характерна для мастерских, размещенных вблизи водоемов – рек, озер, прудов и т.п. Борьбa с этим позво-

ляет установка систем регулировки подачи воздуха. Но мне в Украине известны только две станции, имеющие общую для помещений систему кондиционирования.

Поэтому, учитывая все вышесказанное, можно сделать вывод, что в гаражных условиях водными материалами красить практически невозможно, особенно в межсезонье.

– В самом начале беседы Вы сказали, что за водными красками будущее. Когда, по вашим прогнозам, можно ожидать широкого распространения этих материалов на украинском рынке?

– Предполагаю, года через четыре можно ожидать весьма широкой популяризации данных материалов в мире, в том числе и в Украине. Многие отечественные станции, в принципе, уже сейчас пытаются поставить подбор и пользоваться водорастворимыми материалами. Но я полагаю, что на фоне описанных серьезных отличий водорастворимых и сольвентных красок, а также ряда других нюансов, это делать пока рано. Работать ими, конечно, можно и сейчас, однако это непросто. А зачем усложнять себе жизнь? Хотя еще раз повторюсь, водорастворимые материалы обязательно завоюют рынок, за ними будущее. А иначе и быть не может, ведь альтернативы им пока нет...

Беседовал **Юрий Стороженко**

Справка. Компания «Колорит ЛТД.» начала свою деятельность более 11 лет назад. За это время она завоевала высокую репутацию и доверие многих клиентов и партнеров, доказательством чему служит немалая их численность. На сегодняшний день в каждом крупном городе Украины есть несколько представителей или магазинов, предлагающих продукцию компании, не считая множество сервисных станций.

«Колорит ЛТД.» предлагает весь перечень материалов, оборудования и услуг, необходимых для выполнения качественного кузовного ремонта и ведения высокорентабельного бизнеса.

Представляемая компанией марка продуктов для восстановления кузовного покрытия – Spies Hecker (Германия). История фирмы Spies Hecker берет свое начало еще в 1882 году. Сегодня она является одним из крупнейших в мире производителей высококачественных лакокрасочных и подготовительных материалов.

Spies Hecker представляет три основных направления:

- материалы для ремонта и окраски легкового транспорта;
- материалы для ремонта и окраски коммерческого транспорта;
- материалы для окраски промышленного оборудования.

В производственную программу Spies Hecker входят такие продукты, как двухкомпонентные покровные краски, двухслойные базовые краски с эффектами «металлик» и «перламутр», покровные лаки, различные виды шпатлевок, грунтов, наполнителей, отвердителей, разбавителей, добавок, а также материалы на водной основе.

«Водные» краски: факты против мифов

Системы авторемонтных лакокрасочных материалов на водной основе появились достаточно давно. И связано это было не с технической необходимостью, а с желанием ряда производителей занять определенную нишу на рынке лакокрасочных материалов. Первоначально продукция не отличалась особым совершенством, но имела явные преимущества перед сольвентными материалами с точки зрения качества получаемого покрытия и экологической безопасности. На практике оказалось, что эти два параметра взаимосвязаны: чем экологичнее продукт, тем качественнее получаемое с его помощью покрытие. Однако краски на водной основе зачастую уступали сольвентным системам по ряду технологических параметров. Именно поэтому вначале их использовали лишь отдельные мастера.

В последнее время ситуация изменилась. После объявления о скором вступлении в силу Европейского экологического законодательства практически все крупные производители авторемонтных систем ЛКМ на водной основе вынуждены были модернизировать свои продукты. Привлеченные для улучшения материалов огромные силы и средства сделали свое дело, и современные водные системы значительно отличаются от красок первого поколения, которые полностью ушли с рынка, однако оставили после себя слухи и мифы, отражающие страхи и опасения, зачастую безосновательные.

Система R-M Onyx HD появилась далеко не самой первой, но уже технологически совершенной. Она не имеет тех недостатков, которые были присущи материалам, предложенным вначале.

Проблема заключается в том, что «мифологические штампы» распространились на все водные краски вообще, не разделяя производителей и бренды. Данная статья ставит задачу развеять ряд устойчивых мифов.

Миф первый: водная система дороже сольвентных материалов

При употреблении сравнительной степени (дороже, дешевле, качественнее, технологичнее и т. д.) логично указать, с

Миф – это результат неполноты достоверного знания о каком-либо явлении. Там, где факты, знания, опыт уходят на второй план, зарождается миф, который порой бывает очень трудно развенчать. Недостаточная информированность, искаженное представление о предмете или событии дополняется домыслами и слухами. Некоторые сказки и небылицы совершенно безобидны, но когда они начинают мешать работе, с ними нужно бороться. Пока известен только один рецепт, позволяющий избавиться от мифов, – проверенные факты, знание и учет чужого опыта.

Эта публикация ставит перед собой цель посредством достоверной информации развенчать некоторые искаженные представления, которые сложились среди специалистов и менеджеров ремонтных предприятий об использовании лакокрасочных материалов на водной основе.

чем происходит сравнение. Поскольку материалы Onyx HD предназначены, прежде всего, для замены сольвентной системы базовых покрытий R-M Diamont, то и сравнивать будем эти две системы.

Скрупулезные подсчеты показывают несостоятельность этого мифа. Если посчитать стоимость краски какого-либо цвета, приготовленной по рецептам, предлагаемым R-M BASF, то, исходя из цен поставщика, окажется, что краска Onyx HD дороже, чем аналогичный объем краски Diamont, примерно на 20%. Однако сравнивать одинаковые объемы краски некорректно. Более высокая укрывистость водной краски позволяет тем же объемом окрасить на 20% больше площади. А значит, цена сольвентной и водоразбавляемой красок, рассчитанная на покрытие

Материалы Опух HD лучше других водных красок приспособлены для хранения в условиях отечественных зим - высококонцентрированные цветочные тонеры не содержат в своем составе водных компонентов, благодаря чему они морозостойчивы.



одной и той же площади, оказывается примерно одинаковой.

Ремонтным предприятиям предоставляется возможность существенно сократить расходы на покупку системы за счет простейшего маркетингового хода: цветочные тонеры фасуют в банки емкостью 0,5 л. При этом благодаря тому, что Опух HD – это биндерная система, расход высококонцентрированных тонеров невелик. Общее количество водной краски, которое можно приготовить из компонентов, находящихся на одном миксере, даже увеличивается по сравнению с тем объемом краски, который может дать стандартный миксер Diamont.

Миф второй: детали, окрашенные водными красками, дольше сохнут

Действительно, вода испаряется медленнее, чем любой органический растворитель. Поэтому в естественных условиях водные краски сохнут дольше. Но при сушке водных материалов обычно используют принудительный обдув окрашенной поверхности (устройства системы Venturi). Как показала практика, при применении таких устройств при окраске 2-3 деталей время покрытия и сушки, как



На практике оказалось: чем экологичнее продукт, тем качественнее получаемое с его помощью покрытие.

минимум, не увеличивается, а при покрытии 1-2 деталей даже сокращается.

Миф третий: существуют большие проблемы с транспортировкой, хранением и применением водоразбавляемых материалов из-за сложных климатических условий (низких температур)

Это утверждение не относится к материалам Опух HD. Они лучше других водных красок приспособлены для хранения в условиях отечественных зим. Высококонцентрированные цветочные тонеры не содержат в своем составе водных компонентов, благодаря чему они морозостойчивы. После «оттаивания» и выравнивания температуры между побывавшим на морозе продуктом и мастерской, тонеры можно использовать. При этом какого-либо падения качества получаемого покрытия или ухудшения технологических свойств не наблюдается. Это важное обстоятельство существенно упрощает складирование и транспортировку водных материалов в зимних условиях.

Естественно, любая водоразбавляемая система должна включать в свой ассортимент продукты на водной основе. Система Опух HD не исключение. Два ее компонента (всего лишь два!): биндеры и растворители – содержат воду и, конечно, не терпят отрицательных температур. Но система в целом построена таким образом, что самыми дешевыми компонентами как раз и являются материалы на водной основе, и в то же время при хранении они занимают относительно небольшой объем.

Отсюда вытекают два важных следствия. Во-первых, емкости с биндером и растворителем проще предохранить от переохлаждения, чем большое количество расфасованных в мелкую тару тонеров. Канистры в чрезвычайных случаях можно даже перенести в более теплое помещение. Во-вторых, поскольку основная часть стоимости приходится на компоненты микс-системы, то в случае утраты технологических свойств из-за замораживания финансовые потери будут не так велики, как выход из строя всей системы.

Миф четвертый: использование новых материалов требует больших инвестиций в оснащение и оборудование

Существует мнение, что нужны другие ОСК, воздухообмен в которых должен быть не менее 30 000 м³/ч.



Во избежание окисления приготовленная краска Опух HD должна находиться в пластиковой таре.

Конечно же, внедряя Опух HD, совсем без инвестиций не обойтись. Как уже отмечалось, для сушки красок на водной основе используют систему принудительного обдува типа Venturi (двойной фен). При использовании этого устройства (не слишком то и дорогого) становится совершенно не важно, в какой ОСК происходит окрашивание и сушка. Специалисты BASF рекомендуют использовать ОСК с минимальным воздухообменом – 18 000 м³/ч. В этот диапазон попадают все самые распространенные в наших ремонтных предприятиях ОСК: турецкие, китайские и отечественные.

Однако расходами на покупку фенов Venturi инвестиции в оснащение не ограничиваются. Для красок Опух HD нужен еще отдельный краскораспылитель системы HVLP. В принципе он может быть таким же, какой используется при работе с красками Diamont (возможность применения обычных краскораспылителей было одним из основных условий, которые ставили перед собой разработчики водных красок).

В третий пункт расходов на оснащение следует включить мойку для пистолетов, используемых для нанесения водной краски. На этом все финансовые вложения в оборудование, необходимые для внедрения системы Опух HD, заканчиваются.

Некоторые специалисты считают, что стоимость дополнительного оснащения можно использовать как критерий технологического совершенства системы. Если для достижения идентичного качества покрытия при сравнимой технологической скорости ремонта (выполнение этих двух критериев является обязательным условием сравнения) какая-то система требует больших вложений в оборудование, то, видимо, она далека от идеала.

Кстати, процесс мойки пистолетов после водных красок позволяет сэкономить на утилизации загрязненного растворите-

ля. Судите сами. На сервисе, использующем водные краски, должны быть пистолеты 3-х видов: для грунтов, для водных красок и для лака. Значит, на мойку пистолетов для водных красок приходится треть всех моечных работ, вода при этом используется обычная. При применении соответствующего недорогого коагулянта воду после отделения концентрированного осадка можно сливать непосредственно в канализацию. Сертификат, разрешающий такую операцию, уже получен. Объем осадка настолько мал, что его утилизация будет значительно дешевле, чем покупка растворителя для мойки пистолетов и его утилизация после загрязнения. Разница этих цен – прямая экономия средств ремонтного предприятия. Она будет особенно ощутима на крупных станциях с серьезным экологическим контролем. Есть сервисы, которые на такой утилизации сэкономили не одну сотню евро в год.

Миф пятый: работе с водными красками маляров и колористов нужно учить заново или необходимо их основательно переучить

Отказаться от навыков, сменить привыч-



Специалистам концерна BASF при разработке новых материалов удалось практически полностью унифицировать технологию использования водных красок и материалов сольвентной системы Diamont.

Как показала практика, специалисты, использовавшие ранее материалы Diamont, после одного тренинга начинают работать с Опух HD, не испытывая никаких проблем.



ки и забыть опыт, приобретенный за годы практики, не так просто. Именно поэтому специалистам концерна BASF при разработке новых материалов удалось практически полностью унифицировать технологию использования водных красок и материалов сольвентной системы Diamont. Сохранено очень многое: пропорции смешивания (100:60), абсолютно идентична технология нанесения, практически полностью совпадает колористика этих систем, идентичны этапы подготовки поверхности для нанесения красок. Тем не менее, существует ряд нюансов, отличающих применение водной и сольвентной систем. Для подготовки поверхности перед нанесением водных красок нужно использовать специальный обезжириватель. Во избежание окисления приготовленная краска Опух HD дол-

жна находиться в пластиковой таре.

Как показывает практика, специалисты, использовавшие ранее материалы Diamont, после одного тренинга начинают работать с Опух HD, не испытывая никаких проблем. Минимальное переучивание персонала – одно из основных достоинств водной системы R-M.

Миф шестой: в результате совокупности приведенных выше факторов общая себестоимость ремонта повышается

Развеять это предубеждение помогут только скрупулезно выполненные сравнительные расчеты. Если сравнить все затраты, начиная от стоимости используемых компонентов, учесть нормы расхода материалов, характеризующиеся разной укрывистостью, экономию на утилизации отходов, то, по подсчетам специалистов «Европроект», использование материалов Опух HD дает экономию 10-15% по сравнению с красками Diamont.

Опыт показал, что эти расчеты близки к реальности. Первые установки Опух HD ремонтные предприятия начали использовать с сентября 2006 года, и сейчас с этими красками активно работают несколько сервисов. Вопреки ожиданиям, старт системы оказался успешным. Однако сравнить экономику работы предприятия пока достаточно сложно. У нас немного сервисов ведут детальный учет эффективности и рентабельности, поэтому реальные цифры может дать только статистика. Сейчас можно с уверенностью сказать, что, учитывая реальные затраты на закупку материалов, удорожание ремонта не происходит.

Есть еще косвенные, но важные дока-

Если сравнить все затраты, начиная от стоимости используемых компонентов, учесть нормы расхода материалов, характеризующиеся разной укрывистостью, экономию на утилизации отходов, то использование материалов Опух HD дает экономию 10-15% по сравнению с красками Diamont.



Оборудование малярного участка при переходе на водную систему R-M Onyx HD

Окрасочная камера

Для работы с водоразбавляемыми материалами R-M BASF (как и с другими водоразбавляемыми материалами) вполне подходят обычные окрасочно-сушильные камеры (ОСК) с минимальным объемом воздушного потока 18 000 м³/ч.

Технические решения, используемые для производства большинства ОСК, сегодня сводятся либо к увеличению воздушного потока (например, 30 000 м³/ч), либо к встраиванию систем типа Venturi в стенки камеры. Первый вариант приводит к необходимости нагревать больший объем воздуха и, как следствие, к дополнительному расходу топлива и увеличению затрат. Второй вариант при одинаковом эффекте является более дорогостоящим, чем отдельные системы Venturi (см. ниже).

Напольные фильтры в камеру

Водоразбавляемые материалы требуют особых фильтров. Частицы краски на водной основе имеют более твердую и крупную структуру, что приводит к быстрому забиванию обычного фильтра (зеленый цвет). Специальный фильтр (фиолетовый цвет) имеет более эластичную и тонкую структуру волокна, за счет чего его забиваемость гораздо меньше, чем у обычного. Оба фильтра (зеленый и фиолетовый) выполнены из стекловолокна. Но структура волокон у них разная. Новый фильтр применяется как для обычной, так и для водоразбавляемой краски и выдерживает температуру до +120°C.

Venturi

Система бокового обдува с головками Venturi является необходимой при переходе на водоразбавляемые краски. Наиболее распространенный вариант – стойка, как правило, с двумя «аэрофенами», но бывают и обычные ручные варианты с одним «аэрофеном». Эти «аэрофены» представляют собой небольшой инжекторный насос, на вход которого подается сжатый воздух от компрессора. Его задача – создать сильный обдувающий поток воздуха над поверхностью, которую необходимо просушить. Причем каждая головка прокачивает через себя в десять раз больше воздуха, чем подается на вход из компрессора (1/10 – воздух из компрессора, 9/10 – воздух непосредственно из камеры).

Покрасочные пистолеты

При использовании краскораспылителя DeVilbiss нужно установить сопло 1,5 мм и воздушную головку 115W системы HVLP, рекомендованную для систем на водной основе.

Мойка покрасочных пистолетов

При переходе на водоразбавляемые краски для покрасочных пистолетов необходимо установить отдельную мойку (при наличии мойки для сольвентной системы) или приобрести комбинированную, например Drester 9000 TT.

зательства эффективности системы. Так, после перехода на водные краски Onyx HD одного из предприятий, входящего в ту или иную сеть сервисов, другие предприятия сети также изъявляют желание работать с новыми красками. Безусловно, этого не происходило бы в случае отсутствия реальной выгоды от использования водных красок на первом предприятии.

В настоящий момент основная причина, мешающая распространению водных красок, кроется в вышеперечисленных мифах. Преодолеть психологический барьер помогает техническая поддержка «Европроект». При установке системы специалист-технолог компании в течение нескольких дней адаптирует систему на сервисе. Затем предприятию дается некоторое время поработать самостоятельно, после чего технолог приезжает еще раз и устраняет все оставшиеся проблемы. Такая работа с клиентом позволяет полностью адапти-

ровать систему на станции.

При переходе на систему Onyx HD всем предприятиям, работавшим ранее красками Diamont, специалисты настоятельно рекомендуют сразу же отказаться от старой системы. Если этого не сделать, то при параллельной работе водные краски могут «пересекаться» с сольвентными в краскораспылителях. Здесь главным является человеческий фактор: спешка, путаница пистолетов – и, как результат, брак.

Чтобы избавиться от устаревших на сегодняшний день представлений о водных красках, недостаточно просто рассказать об их эффективности, сказанное нужно подкрепить реальными фактами, подсчетами, сравнениями. И только тогда становится очевидно, что выигрывают в этом сравнении водные краски R-M Onyx HD.

Егор Дроздов

Источник: «Кузов», №7/2007,
www.kuzov-auto.ru

Компания «ЛИК»: шаг за шагом — ИК-сушка GP-333

Вслед за покрасочно-сушильными камерами серии LK-70 и рихтовочными стапелями Maxima, компания «ЛИК» предложила на рынок установки по инфракрасной сушке окрашенных поверхностей.

Сушка поверхностей, покрашенных лакокрасочными материалами, — весьма ответственная операция в автосервисе. Поэтому желательно применение методов обогрева и оборудования, позволяющих добиться безопасности, быстроты, экономичности, эффективности, локальности ремонта. Все это вполне выполнимо благодаря современной оснастке — ИК-сушкам GP-333 с тремя излучающими тепло элементами. Они идеально подходят для восстановления автомобильных лакокрасочных покрытий в условиях кузовных авторемонтных мастерских.

Инфракрасное излучение свободно проникает сквозь покрытие до металла и прогревает покрытие изнутри наружу. В этом случае растворитель значительно легче выходит из внутренних слоев, что положительно сказывается на времени сушки и качестве покрытия.

Преимущества инфракрасного метода сушки следующие:

- Высокое качество сушки. Инфракрасное излучение позволяет работать практически со всеми типами лакокрасочных материалов, включая акриловые и водорастворимые. Производить сушку грунтов и шпатлевок.

- Высокая производительность. Время высыхания покрытий современных ремонтных окрасочных систем составляет от 3 до 12 минут с момента включения

ИК-установки.

- Экономия электроэнергии обеспечивается благодаря отсутствию промежуточного теплоносителя и меньшему времени высыхания, чем при конвективной сушке.

- Возможность производить сушку вне камеры при небольших объемах окрасочных работ (мелкий и частичный ремонт).

- Ускорение процесса подготовки автомобилей к окраске за счет использования инфракрасного оборудования для сушки грунтов и шпатлевок на нанесенных поверхностях.

ИК-сушка GP-333 имеет три излучателя мощностью по 1000 Вт и позволяют обогреть поверхность размером 0,8х1,0 м температурой в пределах 60-70°C. Потребляемая мощность установки составляет 3 кВт, напряжение питания — 200-240 В.



Компания «ЛИК», г. Черкассы, ул. Сурикова, 12, тел./факс: (0472) 64-15-84, 64-10-74, e-mail: lik@uch.net, www.lik.in.ua, www.avtolik.in.ua

Склад товаров «Форма Партс» — в новом месте

Склад компании «Форма Партс», одного из крупнейших операторов украинского рынка кузовных запчастей, сменил свое расположение. В ноябре 2008 года подписан договор о долгосрочной аренде площадей в новом логистическом комплексе класса «А» — «Вест Гейт Логистик», расположенном на 21-ом км трассы Киев-Житомир в с. Стоянка.

Новый склад позволит существенно увеличить ассортимент предлагаемой продукции, улучшить качество обслуживания клиентов за счет уменьшения времени на обработку и отгрузку заказов.

«Форма Партс», г. Киев, ул. Закревского, 16, тел./факс: (044) 502-01-88, e-mail: info@forma-arts.com.ua, www.forma-parts.com.ua

Akzo Nobel Car Refinishes Central Europe шукає кандидата на посаду:

ТЕХНІЧНИЙ ПРЕДСТАВНИК для технічної підтримки використання Автомобільних Ремонтних Покрыттів у Центральному та Західному регіонах України.

Кандидат, обраний на цю посаду, буде сприяти виконанню продажів і досягненню прибутковості, згідно із встановленими правилами Правління Компанії в Центральному й Західному регіонах України, забезпечуючи технічну підтримку в придбанні нового бізнесу й у підтримці існуючих клієнтів.

Ідеальний кандидат на цю посаду повинен мати:

мінімальний досвід 3 роки роботи малярем на малярській ділянці (на дилерській станції або в незалежному сервісі) або мінімум 1 рік досвіду роботи на малярській ділянці в якості технічного консультанта.

- гарні знання української та російської мов;
- права водія категорії «В»;
- готовність до частих відряджень;
- постійно вдосконалювати свої знання й кваліфікацію;
- сильне орієнтування на результат.

Akzo Nobel своїм службовцям пропонує привабливі умови праці, дружню ділову атмосферу, можливості індивідуального й професійного розвитку в міжнародній компанії.

Якщо Ви відповідаєте вищезгаданим критеріям і бажаєте приєднатися до нас у процесі вибору на цю відкриту посаду, будь ласка пошліть своє резюме в електронному вигляді до 14-ого січня 2009 на e-mail: Oleg.Dyachenko@AkzoNobel.com



Забезпечили Крок Людства на Місяць Забезпечимо Ваш Крок до Успіху

Дуже практичні речі, створені за технологіями 3М, вражають уяву:
синтетична підошва взуття, для першого кроку людини на Місяць,
клейкі стрічки, що склеюють з міцністю зварки для літаків Airbus 380
або прозорі плівки, завдяки яким звичайне вікно набуває якостей плазмового екрану.

Світовий лідер інновацій – компанія 3М, пропонує ефективні рішення для кузовного ремонту автомобілів та малярної справи. Продукція 3М орієнтована на підвищення продуктивності робітників, якості ремонту та прибутковості бізнесу без капітальних інвестицій.

Щодня дослідники 3М знаходять незвичні поєднання технологічних рішень для створення дивовижних речей.

Хто знає, що саме буде відкрито 3М завтра?

Єдине, що дійсно відомо – ці винаходи покращать Ваше життя.

ТОВ «3М Україна», тел.: 38 044 490 57 77, innovation.ua@mmm.com, www.3m.ua

3M

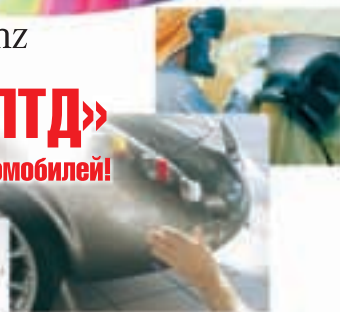
ВСЕ ДЛЯ КУЗОВНОГО РЕМОНТА - в том числе и интеллект!

**SPIES
HECKER**



Комплексные решения от «КОЛОРИТ ЛТД»

- мы предлагаем не только высококачественные материалы для покраски автомобилей!



«КОЛОРИТ ЛТД»

**-эксклюзивный импортер
SPIES HECKER на Украине**

04080, г. Киев, ул. В. Хвойки, 21

Тел. (044) 230-87-41

info@kolorit.com.ua



Ексклюзивний представник в Україні і Молдові програми MOBIHEL виробства HELIOS GROUP (Словенія) пропонує повний асортимент матеріалів, необхідних для якісного ремонту лакофарбового покриття автомобіля:

- Системи підбору автозмалей MOBIHEL для всіх видів покриттів, технічна підтримка і навчання.
- Автозмали MOBIHEL готових кольорів (алкідні, акрилові, металіки), широкий спектр кольорової гамми.
- 2K акрилові лаки MOBIHEL.
- ПЗ шпатлівки, 2K і 1K ґрунтовки для поверхонь всіх типів, отвердителі, розбавители, добавки MOBIHEL.
- Матеріали для окраски «переходом», окраски пластику, матеріали PRESTIGE серії (хамелеон).
- Абразивні матеріали SMIRDEX (Греція), малярні ленти, зварочна провідка, фарбовий інструмент.
- Матеріали для поліровки 3M.
- Високоякісна спецодежда для малярів і колористів.

Дилерська мережа і система доставки по всій Україні.
Тел./факс: 8 (061) 213-85-92



MOBIHEL®

HELIOS
WWW.MOBHEL.UA

НАЙШИРШИЙ АСОРТИМЕНТ АВТОМОБІЛЬНОЇ ОПТИКИ В НАЯВНОСТІ НА НАЙБІЛЬШОМУ СКЛАДІ В УКРАЇНІ

УКРАЇНА ОФІЦІЙНИЙ ПАРТНЕР

03022, Київ, вул. Васильківська, 34
тел. багатоканальний: 044 5020188
<http://www.autotechnics.ua>