

АВТО

№4 Апрель 2014

КОМПОНЕНТЫ

Ах, лето...

Подготовка автомобиля
к летнему сезону

Автостекла

Правила подбора
автомобильных стекол

Российский автопром

Проблемы и перспективы отрасли



ГИДРОПРИВОД

Важные компоненты тормозной системы

www.maks-m.com

авто

КОМПОНЕНТЫ



Ищите нас в Google Play и App Store



Читайте

электронную версию

нашего журнала на своих планшетах

Главный редактор
Михаил Калинин
Редактор
Анастасия Федоткина

Арт-директор
Андрей Стоцкий
Художник
Алексей Шухардин
Корректор
Вероника Матвеева

Аналитический отдел
research@maks-m.com

Технический отдел
Руководитель – Александр Шубин
szhubin_av@maks-m.com

Отдел распространения
distrib@maks-m.com

Отдел рекламы
Руководитель – Тамара Поторочина
p.tamara@maks-m.com
Виктория Винтулькина
v.victoria@maks-m.com
Тел.: +7(495) 955-90-80,
E-mail: reklama@maks-m.com

Руководитель проекта
Елена Федоткина
f.elena@maks-m.com

Контактная информация:
107996, г. Москва,
ул. Бутлерова, 176, 6 этаж
Тел.: +7(495) 955-90-80
Факс: +7(495) 955-90-80
Редакция - E-mail: red@maks-m.com

Отпечатано в ООО «Юнион Принт»,
603022, г. Нижний Новгород, Окский съезд, 2.
Тираж 45000 экз. Выходит ежемесячно.

Журнал зарегистрирован в Федеральной
службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций
Регистрационный номер
ПИ № ФС77-47177 от 03.11.2011
Учредитель И. Г. Баракин

Ответственность за точность опубликованной
информации несут авторы публикаций.
За содержание рекламных материалов редак-
ция ответственности не несет. Перепечатка
материалов, опубликованных в журнале,
допускается только с разрешения ООО «Макс
Медиа». При цитировании ссылка на журнал
«Автокомпоненты» обязательна
Подписано в печать 28.03.2014 г.

Распространяется во всех регионах России,
странах СНГ и Балтии, дальнего зарубежья.
Цена свободная.



6



10



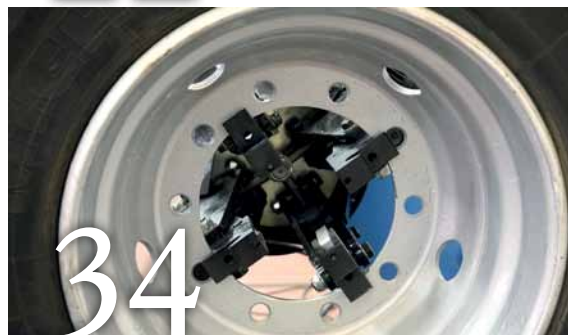
16



22



30



34



60



64

Содержание

Новости. События. Презентации

Надежды и перспективы	6
Трудный путь	10

Экономика. Бизнес. Практика

Взгляд дистрибьютора	16
Новые правила торговли автомобилями в Европе.	
Борьба продолжается	22

Рынок компонентов

Твердый свет	30
Шиномонтажная расходка	34

Гидравлический привод	40
Стекло на замену	46
Обуздавшие скорость	50

Персонал

Знания для всех	56
-----------------	----

Масла и ГСМ

Вектор развития	60
-----------------	----

Сервис. Эксплуатация. Оборудование

Ах, лето...	64
Внимание – Volvo!	70

Mintex обретает новый облик

Всемирно известный производитель фрикционных материалов для тормозных систем компания TMD Friction с гордостью представляет новый облик культового бренда Mintex, который подчёркивает его богатейшее наследие и в то же время демонстрирует глобальные, прогрессивные тенденции развития марки.



MINTEX®

BRAKING WITH TRADITION

Основной слоган «Торможение с традициями» (**Braking with tradition**) как нельзя лучше показывает, что на протяжении многих лет компания разрабатывает и производит эффективные, передовые и высококачественные фрикционные смеси для максимально безопасного торможения.

Ассортимент Mintex включает более чем: 1530 тормозных колодок дискового тормоза, 1250 тормозных дисков, 380 тормозных колодок барабанного тормоза и 160 тормозных барабанов. В создании конечного продукта задействован весь научно-технический потенциал компании. Разработка ведется с самого начала и содержит все основные технологические этапы. Составляется рецептура фрикционной смеси, она подвергается всесторонним тестам как в ходе стендовых испытаний, так и в реальных дорожных условиях. До 60 компонентов может быть включено в эту смесь в зависимости от ее при-

менения в тормозных колодках той или иной модели транспортного средства.

Не менее важен и промежуточный слой. Именно он отвечает за износостойкость колодки и системы в целом, обеспечивая высочайшие характеристики прочности на сдвиг, термостойкость, стойкость диска к тресканию. В ассортименте Mintex около 800 типоразмеров несущих пластин, что также гарантирует точность и высокое качество изготовления конечного продукта. Ну а современное

порошковое покрытие надежно защищает колодку от коррозии и придает ей эстетичный внешний вид. Только после того, как новый продукт подтвердил свою эффективность, он поступает в серию и затем распространяется через официальную дистрибьюторскую сеть компании.

Подобного алгоритма компания придерживается уже не одно десятилетие. За более чем 100 лет своей деятельности Mintex заслуженно приобрел статус одного из ведущих производителей деталей тормозной системы, демонстрируя впечатляющую линейку продукции, которая постоянно совершенствуется и расширяется. Mintex всегда на шаг впереди конкурентов. Он движется вперед, развиваясь и черпая энергию для этого движения в накопленном за долгую историю опыте.

Историческая связь Mintex с решениями в сфере безопасности с одной сто-

роны и ориентация на будущее с другой проявляются в постоянной разработке новой продукции. Продукции, которой доверяют водители во всем мире.

Директор по продажам независимо рынка автозапчастей TMD Friction Инго Линка:

— В любое время, независимо от экономической ситуации, нужно думать о том, как развивается бренд, как он позиционируется на рынке не только среди непосредственных заказчиков, но и среди потребителей, на станциях технического обслуживания, сервисах и проч. Подобная стратегия стала важнейшим стимулом к проведению ребрендинга Mintex.

Для меня существует единственное бесспорное высказывание, не вызывающее никаких сомнений: машины используют всегда, их продают и перепродают, они постоянно находятся в движении, и именно тормозная колодка и тормозной диск являются теми изнашивающимися деталями, которые в обязательном порядке подлежат непрерывной регулярной замене. С этим не поспоришь. Поэтому параллельно с развитием автотехники, развитием систем и узлов транспортных средств должен развиваться и



наш бренд как обязательный атрибут современного автомобиля.

Визуально бренд сохраняет насыщенные красный и белый сочетания цветов, но фактически возвращается к типу шрифта, который максимально приближен к оригинальному начала 20-го века, подчеркивающему историю, традиции бренда Mintex.

Инго Линка:

— Стилистика начала XX в. связана с желанием показать исторические корни марки, ее опыт, насчитывающий не одно десятилетие, и профессионализм, который был воспитан на базе этого опыта. Бренд имеет хорошие традиции, он появился не вчера и завтра не исчезнет, он врос в этот рынок, он стал его неотъемлемой частью, он стабилен и популярен, живет и развивается вместе с рынком. Mintex уже столько времени известен, любим, пользуется спросом. К тому же надо помнить, что Mintex — это английский бренд. Это особый стиль, особый дизайн. Все это мы и хотели показать и донести до нашей аудитории, проводя ребрендинг.

Инго Линка дополняет Паскаль Лангер, директор по маркетингу независимого рынка автозапчастей TMD Friction:

— Мы видим значимые изменения в облике нашего бренда и транслируем их нашим партнерам в автомобильной промышленности, а также автомобилистам, которые каждый день доверяют нам свою безопасность. Мы упорно работали, чтобы удостовериться, что хорошо известный бренд Mintex до сих пор легко узнаваем с учетом новых аспектов. Мы являемся компанией, которая постоянно стремится внедрить новые технологии и встретиться с проблемами лицом к лицу, создавая продукты и технологии для решения этих проблем. Мы видим, что ребрендинг — это идеальное сочетание традиционных ценностей с современным дизайном, чтобы подчеркнуть наше стремление сделать дорожное движение еще более и более безопасным.



Новый логотип и девиз представлены на упаковке, через рекламу и все средства маркетинговой коммуникации. Новая упаковка адаптирована под тормозные колодки и включает QR-код. Все рекламные и маркетинговые материалы приведены в соответствие с новым стилем Mintex. Речь идет о брошюрах, каталогах, интернет-портале, раздаточных материалах, листовках и проч.

Инго Линка:

— Вы спросите, что мы подразумеваем под ребрендингом? Сначала то, что видно всем, то, что лежит на поверхности, — это упаковка. Имидж бренда должен быть таким — он идет через десятилетия, неся свой стиль, свое качество. Через внешнее визуальное восприятие мы ретранслируем наши ценности, наши устремления, наши стратегии.

Ведь смотрите, со временем и сам продукт претерпевает серьезные изменения, запросы авторынка на сегодняшний день очень высоки. Они значительно изменились за последние даже 10–15 лет, не говоря уже о более продолжительной временной ретроспективе. Колодка должна полностью соответствовать актуальным требованиям. Если раньше мощность двигателя в 60 л/с была пределом мечтаний и мы имели дело с соответствующей тормозной динамикой, то теперь и 200 л/с никого не удивляют. То

есть и при таких мощностях колодка должна надлежащим образом выполнять свои функции.

А значит, нам приходится обновлять, совершенствовать и модифицировать свою продукцию. Это касается и фрикционных смесей, и дизайна самих колодок — это все мы делаем в соответствии с требованиями авторынка как такового и требованиями времени. То есть в коробке продукт также с каждым годом все новее и новее. Значит, и внешняя упаковка должна измениться.

Отдельный вопрос — защита продукции от подделки. Как считают в компании, самая надежная защита от нечистоплотных предпринимателей и откровенных мошенников — это приобретение изделий Mintex у официальных дилеров и дистрибьюторов. Любые другие способы никогда не смогут гарантировать эффективную защиту.

Инго Линка:

— Когда меня спрашивают о подделках, я всегда отвечаю — если кто-то задумал сделать фальшивку, если у кого-то возникло глупее желание подделать качественный и известный продукт, он это непременно сделает. Конечно, производители предпринимают определенные попытки защитить свой товар, но противостоять мошенникам чрезвычайно сложно.

Дело в том, что упаковку при современном уровне развития

технологии, а главное, доступности полиграфических и смежных услуг сегодня подделать проще простого. Соответственно, если мы намереваемся защитить нашу продукцию через упаковку, мы должны четко понимать, как часто нам нужно ее переделывать, чтобы гарантировать достаточно высокий уровень защиты. Раз в неделю, раз в месяц, раз в полгода?.. Даже если гипотетически предположить, что у компании есть такая возможность и она готова инвестировать значительные средства в подобную деятельность, то потребители просто сойдут с ума, получив за сравнительно небольшой отрезок времени миллион вариантов упаковки. Как им понять, какой из них правильный? Как им не запутаться в этом многообразии? Ну а самое основное — насколько это изменение упаковки, равно как и введение каких-либо штрихов, знаков, символов и проч., которые будут отличать ее от предыдущей версии, эффективно в принципе?

Поэтому на сегодняшний день мы видим единственный способ противодействия фальшивкам. Это самым решительным и наилучшим образом зарекомендовавший себя способ — покупать продукт только там, где ты точно уверен, что тебе предложат подлинник. То есть в нашем случае — у официальных дистрибьюторов TMD Friction.

В заключение остается добавить то, что проводимый ребрендинг Mintex полностью находится в рамках глобальной стратегии позиционирования TMD Friction — крупнейшего в мире производителя фрикционных материалов. Компания поставляет OE фрикционные материалы для производителей автомобилей и тормозных систем, а также качественные фрикционные продукты для мирового рынка запасных частей. ■

Первоклассная эффективность и высокие рейтинги

Читатели немецких специализированных изданий оценили продукцию, представленную на авто- и моторных выставках. Результат еще раз подтверждает основной принцип: если вы хотите быть в безопасности на скорости, вам необходимы лучшие тормоза. Концепция, главенствующая в Brembo, признана широкой публикой присвоением титула «Лучший бренд».

Журнал Auto Bild опубликовал результаты последнего опроса своих читателей. Данные показывают, что 68 % из более чем 70 000 голосовавших считают Brembo несомненно лучшим брендом по производству тормозов. Такой высококлассный



имидж основан на лидерстве компании в автоспорте, откуда начался ее путь в дорожное движение.

Кроме того, эксперты давно считают бренд движущей силой в инновациях для тормозных систем. 45 707 читателей журнала Motorrad оценили превосходные рабочие характеристики тормозных колодок Brembo в восьмой раз подряд. Не менее 77,8 % участников опроса отдали свой голос в их поддержку.

Выбирая лучший бренд отрасли, 19 419 респондентов, опрошенных



Autozeitung, разместили тормозные диски Brembo на верхнюю ступень, отдав 26 % голосов.

Придерживающийся традиций журнал Auto Motor und Sport пригласил своих читателей к урне для голосования и получил показательные результаты: 66,5 % из 115 000 проголосовавших выбрали Brembo. По сравнению с результатами прошлогоднего голосования рейтинг одобрения увеличился



примерно на 1,5 %.

Еще более выразительным стал вердикт премии Swiss Tuning Award 2013, организованной журналом Swiss Auto Illustrierte: 81,1 % из 1100 голосов были отданы в пользу спортивных тормозов Brembo.

Компания осознает важность такого широкого экспертного признания и видит в этом подтверждение правильности стратегии, которая в течение многих лет сосредоточена на инновациях для надежности, безопасности и комфорта. ■

Технологический вызов F1: выбор семи команд

Участвуя в «Формуле-1» с 1975 года, Brembo подтверждает свои лидирующие позиции в 2014 году в качестве поставщика тормозных систем для семи команд F1: Caterham F1 Team, Infiniti Red Bull Racing, Mercedes AMG Petronas F1 Team, Sahara Force India F1 Team, Sauber F1 Team, Scuderia Ferrari и Scuderia Toro Rosso.



На основании новых правил Международной автомобильной федерации (FIA), принятых в сезоне 2014 г., некоторые важные технические поправки (более экономичные двигатели меньшего объема, увеличение минимального веса до 691 кг, снижение прижимной силы, изменение в системе рекуперации энергии) оказали значительное влияние и на тормозные системы F1, включая новые суппорты и углеродные фрикционные материалы.

Так, новая система рекуперации энергии (ERS) создает повышенное аэродинамическое сопротивление автомобиля при торможении, поэтому требуется электронный контроль давления задних тормозов, чтобы обеспечить стабильность шасси. Для этого была интегрирована инновационная система: Brake By Wire (BBW), или «тормоза по проводам». Когда водитель тормозит, электронный контроллер BBW обеспечивает гидравлическую систему высокого давления надлежащим тормозным усилием на задней оси. В случае чрезвычайной ситуации главный цилиндр остается подключенным к педали тормоза, и гидравлическая система соединена непосредственно с суппортами для управления пилотом, но эти функции применимы только в случае отказа BBW.

Brembo принимала активное участие в разработке и моделировании тормозных систем BBW и ее отдельных компонентов. Для

некоторых команд итальянская компания разработала только привод, который действует в качестве координатора между гидравликой автомобиля и задними суппортами. Для других команд Brembo разработала более значительную часть системы Brake By Wire, включая клапаны, которые воздействуют на BBW, переключая от режима нормальной эксплуатации к аварийному состоянию.

В последние годы инженеры Brembo полностью изменили процесс охлаждения тормозов, которые в F1 могут достигать максимальной температуры 1200 °C. Исследования привели к оптимальной конструкции вентиляционных отверстий – увеличение их числа (до 1000 отверстий) и уменьшение в диаметре – за счет чего в геометрической прогрессии возросла открытость углеродной поверхности тормозных дисков воздушному потоку и, соответственно, увеличился отвод тепла.

Материал также существенно изменился: CER представляет собой эволюционное продолжение CCR, в нем значительно снижен износ, при этом более эффективна теплопроводность. CER предлагает отличное время прогрева, то есть максимальную быстроту в достижении эффективной рабочей температуры; широкий диапазон применений с точки зрения давления и температуры, и стабильную эффективность трения. Все эти функции обеспечивают водителю совершенное управление тормозной системой: невероятно низкие результаты износа и максимально надежная работа от начала до конца гонки.

На сайте Brembo есть специальный раздел www.formula1.brembo.com, посвященный Чемпионатам мира «Формулы-1». Он содержит многочисленную информацию о мире тормозных систем для автомобилей F1. ■

В течение сезона Brembo поставляет в каждую команду для двух автомобилей следующие материалы:

- 10 комплектов суппортов (каждый комплект из 4 элементов)
- От 140 до 240 дисков
- От 280 до 480 колодок



Каждый день мы трудимся в Brembo над тем, чтобы сделать Вашу работу проще.

Леонардо, гоночный департамент Brembo

ОПЫТ • КАЧЕСТВО ИННОВАЦИИ • СЕРВИС

Теперь доступны в
вашей мастерской.

Контактные данные центральных офисов и головных филиалов дистрибьюторов подразделения запасных частей компании Brembo в странах СНГ.

Азербайджан

“ACTIVE GROUP”

AZ1122 Baku
Sharifzadeh str. 196
Тел: +99412 4376842
office@activegroup.az

“BAKU TUNING”

Ahmad Cami 51
Baku, AZ1141
Тел: +99412 4348400
Fax: +99412 434 6341
bakutuning@yahoo.com

Армения

SSmotors LLC

H.Kochar 145, Yerevan
Тел: (+37410) 268305
e-mail: ssmotors@mail

Белоруссия

EXIST.BY

Адреса магазинов
http://www.exist.by/About/
Address.aspx - www.exist.by

ООО «ФОРВАРД МОТОРС»

г. Минск, ул. Бабушкина, 8
Тел: (+375 17) 291 91 41,
291 91 42
info@forward-motors.com
www.forward-motors.com

Торговое частное унитарное предприятие «ШАТЕ-М ПЛЮС»

г. Минск, Минский р-н,
п.Привольный, ул.Мира 2а
Тел.: (37517) 501 05 13
e-mail: info@shate-m.com
www.shate-m.by

Армтек Минск

223010, г. Минск
ул. Минская кольцевая
дорога, д. 21
+375 17 206-70-52
(многоканальная линия)
e-mail: service@armtek.by
www.armtek.by

ООО «СВИАТ»

аг. Колодищи,
Минский район,
Минская область,
ул. Минская 56-6
Тел.: +375 (17) 508 14 90
e-mail: info@sviat.by
www.sviat.by

Л-АВТО

220018, г. Минск,
ул. Шаранговича, 7.
Тел. +375 17 201-66-02
e-mail: info@l-auto.by
www.l-auto.by

Грузия

ООО «Грузинская Торговая Группа»

г. Тбилиси Аллея Давида
Агмашенебли, 20км
Тел.: +995 322471000
Brembo.Geo@gmail.com
www.brembogeo.webs.com

Georgian Retail Group Bakhtioni 3/5 - 0167 Tbilisi +995322471000

Россия

EXIST.RU

Адреса магазинов
http://www.exist.ru/about/
address.aspx?d=1
www.exist.ru

AD Smartec

Москва, ул.
Молодогвардейская,
д.61, стр.17
Тел.: (495) 787-93-61
e-mail: sales@smartec.ru
www.smartec.ru

Автоконтинент

Г. Санкт-Петербург,
Шушары, 2й Бадаевский
проезд д.3, к.1
Тел.: (812) 324-12-90
ds@autokontinent.ru
www.autokontinent.ru

ООО Компания «АВТО ФАКТОР ПРО»

г. Москва, Зеленый пр-т,
д.3/10
Тел.: +7(495)232-11-90
Факс: +7(495)368-24-16
e-mail: info@automaster.ru
www.automaster.ru

ФАВОРИТ

117246, Москва,
ул. Электродная, 8/4
Тел.: 8 (495) 544 43 00
e-mail: info@favorit-auto.ru
www.favorit-auto.ru

ООО «Москворечье Трейддинг»

г. Москва,
ул. Электродная, д. 2 корп.
12-13-14 под. 15
Тел.: +7 495 380 02 50
info@moskvorechie.ru
www.moskvorechie.ru

ООО «Профит-Лига»

г. Ростов-на-Дону,
пер. Технологический, 8Д
Тел: +7 (863) 203-79-20 (22),
223-25-56 (57, 58, 59)
e-mail: info@pr-lg.ru
www.profit-league.ru

ООО «Ви Лав Партс»

127572 Москва, ул.
Угличская, 12, стр.1,
этаж 2, офис 210
VAGisich@weloveparts.ru
www.weloveparts.ru

AD Колесо Фортуны

г. Санкт-Петербург,
Волхонское шоссе, 6
Тел.: (812) 703 32 00
kf@kolesofortuni.com
www.kolesofortuni.com

Форум-Авто

Тел.: (495) 789-80-00
Факс: (495) 967-31-27
e-mail: info@forum-auto.ru
www.forum-auto.ru

Авто-Евро

г. Москва, Олимпийский
пр-кт дом 16/1
Тел.: +7 (495) 937-28-28
e-mail: ae@autoeuro.ru
www.autoeuro.ru

Армтек Москва

Московская обл.,
Мытищинский
район, МКАД 86-й км, 13А
Тел.: +7 (495) 783-60-90
e-mail: info@atrin.ru
www.armtek.ru

РусИмпортКомплект

г. Санкт-Петербург,
ул. Земледельческая, 3
Тел.: (812) 303-93-23
e-mail: ric@rusimport.com
www.rusimport.com

Группа БЕРГ

г. Москва, ул. 2-я
Мелитопольская, дом 4
Тел.: (495) 788-95-97
e-mail: berg@berg.ru
www.berg.ru

ООО «ШАТЕ-М ПЛЮС»

142116, МО, Подольский
рай-он, Стрелковское с/п,
поселок Сельхозтехника,
Домодедов-
ское шоссе, д.22
Тел.: +7 (495) 995-31-37
www.shate-m.ru

MIGOM CO LTD

Zapadnaya zone,
Entuziastov Highroad,
BLD1A
143912 Balashiha - Moscow
m.chuvakov@tpm.ru

ROSSKO

Московская область,
Ленинский район, 45 км
МКАД, бизнес-центр
Румянцево, корпус “Г”,
подъезд 18, этаж 5,
офис 528
тел./факс: (495) 995-12-00,
info.msk@rossko.ru
Сайт: www.rossko.ru

LLC АвтоСпутник

Воронеж, ул. Мира, 1,
магазин “АвтоСпутник”.

+7(473) 233-21-23

www.autosputnik.ru

Туркменистан

GURBANMYRADOV ORAZ

PARAHAT 4/2, 42-99
744000 ASHGABAT
+993 67 71 77 17
oraz1978@mail.ru

Украина

EXIST.UA

Адреса магазинов
http://www.exist.ua/About/
Address.aspx - www.exist.ua

ООО «ЭСО- АВТОТЕХНИКС»

г. Киев, ул. Закревского,16
Тел.: (+380 44) 536 09 31
info@autotechnics.ua
www.autotechnics.ua

Компания «ВЛАДИСЛАВ»

г. Днепрпетровский,
ул. Героев Сталинграда, 184
Тел.: +38-0562-32-15-15
e-mail: info@vladislav.ua
www.vladislav.ua

ООО «АВТОТИМ»

г. Киев, ул. Сырецкая,31
Тел.: +380(44) 59-22-888.
info@autoteam.com.ua
www.autoteam.ua

Юникс-Трейд

Украина, Николаев
ул. Потемкинская 81а
Тел.: (0512) 500226
ut@utr.ua - www.utr.ua



www.bremboparts.com/ru





Надежды и перспективы

В Москве состоялась Международная автомобильная выставка РАФ Экспо, которая традиционно проходит совместно с Российским автомобильным форумом.

Репутация этого глобального мероприятия говорит сама за себя. Ему оказывается поддержка на самом высоком уровне ведущими государственными и коммерческими структурами, в числе которых Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, Торгово-

промышленная палата Российской Федерации, а также отраслевые и профессиональные объединения.

Свой статус РАФ Экспо получила вполне заслуженно. Стоит только взглянуть на список принявших участие в его работе экспертов, как сразу становится понятно, насколько авторитетен

и представлен данный форум. Среди спикеров и гостей РАФ Экспо Алексей Рахманов, заместитель министра промышленности и торговли РФ, Бу Андерссон, президент АВТОВАЗ, Вадим Сорокин, президент «Группы ГАЗ», директор Дивизиона «Легкие коммерческие автомобили» «Группы ГАЗ», Брюно Анселэн, генеральный директор Renault в России, Валентин Фомин, директор по развитию Дивизиона «Силовые агрегаты» «Группы ГАЗ», и многие другие.

Без какого-либо сомнения можно сказать, что основной фактор успеха мероприятия – его насыщенная деловая программа, которая постоянно развивается и ежегодно пополняется новыми конференциями, семинарами, мастер-классами и круглыми столами, раскрывающими наиболее актуальные вопросы автомобильной отрасли. Участники сессий особо подчеркивают значение мероприятий для развития автопрома, помогающих реализации новых проектов, внедрению

современных технологий и разработок, раскрывающих растущий потенциал индустрии, привлекая новые инвестиции.

Отличием выставки этого года является активное участие экспонентов и медиапартнеров в бизнес-программе, которое выразилось в отдельном блоке презентаций. Михаил Калинин, главный редактор журнала «Автокомпоненты», представил вниманию участников форума доклад на тему «Развитие российского рынка автокомпонентов: чего ждут автосервисные предприятия от поставщиков запчастей». Понимая, что различные источники по-разному оценивают объемы российского рынка автозапчастей и комплектующих, Михаил отталкивался в своей презентации от совокупных усредненных цифр, полученных по результатам анализа данных, озвученных «Автостатом», PwC, АЕБ и «АСМ-холдингом», а также данных собственных исследований компаний-поставщиков и дистрибьюторов автозапчастей.

Так вот, в среднем в 2013 г. рынок запчастей оценивался примерно в 45 млрд долл., из которых 19,98 млрд долл. приходилось на первичный рынок, а 24,6 млрд долл. на вторичный. Увеличение доли вторичного рынка и усиление его динамики, по мнению эксперта, были вполне прогнозируемы ввиду спада продаж и соответственно производства новых автомобилей в нашей стра-

не. В дальнейшем эта тенденция вернется в прежнее русло, и доли основных сегментов рынка могут практически сравняться, если не произойдет резкого увеличения выпуска автотехники. Но общие темпы роста рынка автозапчастей при этом вряд ли изменятся и в ближайшей перспективе будут составлять 10–15% в год.

С другой стороны, строя прогнозы относительно развития рынка, обязательно нужно учитывать тот факт, что отечественные автосборочные предприятия иностранных брендов сейчас остро нуждаются в форсировании процесса локализации. Данные по локализации в своей презентации «Возможности для иностранных и российских поставщиков компонентов в России» привела Татьяна Арабаджи, генеральный директор Russian Automotive Market Research. Ею подробно были рассмотрены все ведущие российские автозаводы. Так, Санкт-Петербургский Nissan имеет уровень локализации, равный 34%, Hyundai Solaris – 47%, Renault Logan получил 75% в 2012 г., Renault Sandero, Renault Fluence, Renault Duster и Renault Megan производятся по технологии CKD, а Renault Latitude и Renault Koleos – SKD, Volkswagen Polo – 40%, Volkswagen Tiguan – 22%, Skoda Fabia – 9%, Audi – SKD, Skoda Yeti в Нижнем Новгороде производится по схеме CKD, GM в Санкт-Петербурге имеет уровень локализации 20%, а

предприятие в Тольятти – 95%, Peugeot 408 – 33%, Citroen C4 – 34%, Ford Focus – 30%, Санкт-Петербургская Toyota планирует довести уровень локализации в этом году до 30%, дальневосточная Toyota также стремится к этой цифре, но срок ее достижения пока не озвучен, дальневосточная Mazda в 2015 г. должна выйти на 30%.

Из наиболее заметных совместных предприятий в сегменте автокомпонентов Татьяна выделила BOSAL-GAZ, специализирующееся на выпуске выхлопных систем и компонентов к ним. Ожидаемая мощность предприятия – 300 тыс. систем в год, предназначенных для комплектации не только собственных автомобилей ГАЗ, но и таких марок, как VW, Skoda. И BULTEN-GAZ (различные виды крепежа: гайки, болты, винты, шпильки, штифты и проч.). Планируемый объем выпуска – 10 тыс. Т в год. Основные потребители – «Группа ГАЗ» и клиенты Bulten (Ford, Renault, АвтоВАЗ, Nissan).

Volkswagen идет немного иным путем. Уже 20 его ведущих поставщиков ведут свою деятельность в России. Среди них Lear (сиденья), Benteler (оси и металлические части бамперов), Magna, Gestamp (кузовные панели). С помощью своих поставщиков концерн намерен уже в ближайшей перспективе довести уровень локализации VW Polo до 75–80%.

В арсенале Hyundai-KIA:

Hyundai Hysco (стальной прокат), Hyundai Mobis (панель управления, консоль, бампер), Dong Hee Rus (топливные баки, компоненты подвески), Sungwoo Hitech Rus (дверные панели), Doo Won Rus (системы вентиляции и обогрева), Se Jong Rus (выхлопная система), Dae Won Rus (сиденья), NVH Rus (интерьер), MAGNA Cosma Peterform, YURA Corporation Rus (электротехнические изделия), Hanil Rus (тормозные и топливные трубки).

Активно наращивает базу локализации калужский завод PSA. Уже поставляется около 260 локализованных компонентов силами 16 поставщиков, из которых 10 представляют глобальных игроков, 5 – совместные предприятия и один – российскую компанию.

Кстати, одним из предприятий, плотно взаимодействующих с автосборочными предприятиями на территории нашей страны, является принявшая участие в мероприятии группа компаний «Сибекко». Она начала свою деятельность с серийных поставок сидений на предприятия России. Клиентами ГК на сегодняшний день являются: «Группа ГАЗ» (Лиаз, Кавз, Голаз, Паз, Уралаз, «Брянский арсенал»), КАМАЗ, НефАЗ, Ростсельмаш, Ульяновский автомобильный завод, группа «Соллерс», Минский автомобильный завод, МТЗ, Гомсельмаш, «НАМС-Комплект», группа «Четра», ЧТЗ, Уралвагонзавод и многие другие. В целом



компания работает более чем со 125 предприятиями на территории РФ и ближнего зарубежья.

Сегодня ассортимент компании включает: водительские сиденья (для грузовых машин, автобусов, тяжелой спецтехники), сиденья для строительной и сельхозтехники (тракторов, комбайнов, экскаваторов и т.д.), сиденья для пассажиров в салоны автобусов, микроавтобусов (туристического класса, городского и пригородного класса), рули и рулевые колонки, ремни безопасности для сидений, форточки, люки, подлокотники и другие изделия из интегрального ППУ. Средне-

проблемы российского бизнеса указал Игорь Тюфяков, руководитель стратегических программ ГК «Оргпром». По его мнению, для России ключевой вызов – это низкая эффективность, Россия более чем вдвое уступает развитым экономикам по производительности труда. Такой разрыв между уровнем потребления и эффективностью, безусловно, опасен.

Пока что темпы роста производительности труда не только не сокращают отставание от лидеров, а говорят о консервации экономики, ее однобокой структуре и сырьевом характере. Нужен

рост вдвое больше, на 5–6%, и такой результат достигается тогда, когда рост эффективности и создание качественных рабочих мест становятся смыслом развития, а не периферийной «нагрузкой».

Важнейший ключ к росту эффективности экономики – улучшение делового климата. Беда в том, что некоторые ведомства зачастую не считают это приоритетом. Все меры, предусмотренные «дорожными картами», нужно реализовать в ближайшие два года. Независимо от внешних условий, от объективных трудностей надо продолжить все намеченные преобразования. Обязательно сохранить вектор на развитие, на создание сильной экономики и сильной страны.

Чтобы добиться поставленных целей максимально эффективным образом, по мнению Игоря Тюфякова, нужно активнее использовать методики так называемого «бережливого производства». В доказательство своих слов он приводит пример компании Toyota, которая продемонстрировала успешность и эффективность производственной системы, основанной на принципах бережливого производства. Toyota Production System (TPS), сочетая в себе передовые методы менеджмента и накопленный десятилетиями опыт практической реализации, сформировала новое направление в развитии произ-

водственных систем не только в автомобильной отрасли, но и во всех сферах экономической деятельности по всему миру.

Методика бережливого производства «сберегает» труд сотрудников, их время за счет устранения потерь, применения передовых и самых эффективных приемов труда. При этом производство не связано с конкретной отраслью, а предполагает некий процесс, на выходе которого заказчик получает продукт или услугу требуемого качества.

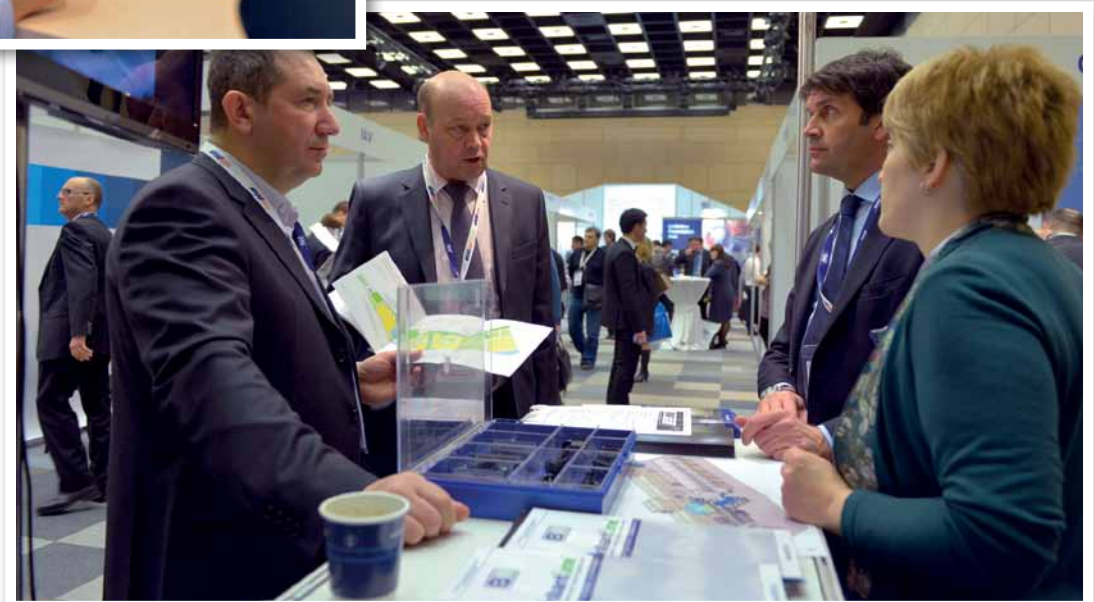
Вся деятельность по управлению процессом сводится к созданию непрерывного потока создания ценности, где под ценностью понимается набор потребительских качеств продукта или услуги, за которые заказчик готов платить. Учитывая, что эти свойства формируются только в процессе некой обработки (сырья, заготовок, информации), вся иная деятельность в потоке ценности не добавляет и рассматривается как потери.

В начале 2000-х гг. концепция бережливого производства нашла свое применение в проектах по повышению операционной эффективности крупных российских компаний. Так, «передовиками» в данном направлении выступили группы: ГАЗ, РусАл, КамАЗ, ВСМПО-АВИСМА. С течением времени развитием собственных производственных



срочные и долгосрочные планы развития компании до 2015–2019 гг. включают ввод в эксплуатацию новых площадей, около 3000–6000 кв. м. Новое производство будет спроектировано с использованием немецкой программы IPO LOG. Планируется создание новой системы складского учета «умный склад», с использованием RFID-технологий. Параллельно будет вестись разработка новых моделей сидений.

Что ж, планы, надо прямо сказать, впечатляющие. Но не у всех компаний получается достичь задуманного. На основные



систем с использованием принципов бережливого производства начали заниматься Росатом, Сбербанк, все крупные автопроизводители, металлургические компании. Мировая практика и опыт отечественных предприятий продемонстрировали, что принципы бережливого производства работают и приносят свои плоды во всех отраслях, являясь системой простых решений, обеспечивают значительный рост эффективности труда с относительно небольшими затратами средств.

Однако реализация проектов по бережливому производству в российских реалиях сталкивается с рядом проблем, которые являются серьезным препятствием для развития компаний. Среди таких проблем необходимо выделить слабую стабильность руководства многих компаний. Так, работающие по контракту руководители предприятий, начиная проекты по повышению операционной эффективности, не успевают получать быстрые результаты, покидали свои руководящие посты. Любая смена лидера компании обязательно приводит к изменению стратегии развития и очень часто сводит на нет все достижения в области реализации концепции бережливого производства.

Большинство как отечественных, так и зарубежных компа-

ний первые шаги по развитию производственной системы делали и делают при содействии консультантов и консалтинговых компаний. Подобная стратегия оправдана, когда необходимо в условиях ограниченного времени нарастить компетенции, создать фундамент для дальнейшего совершенствования, обеспечить проекты и команды необходимой методологической и нормативной базой.

Одним из российских провайдеров концепции бережливого производства является ГК «Оргпром», которая вот уже на протяжении 10 лет оказывает содействие отечественным предприятиям в проектах повышения операционной эффективности. Развивая производственные системы других предприятий, ГК «Оргпром» очень трепетно относится к качеству собственных процессов. Становление и развитие производственной системы «Оргпром» осуществлялись с момента ее зарождения и неизменно продолжают по сей день.

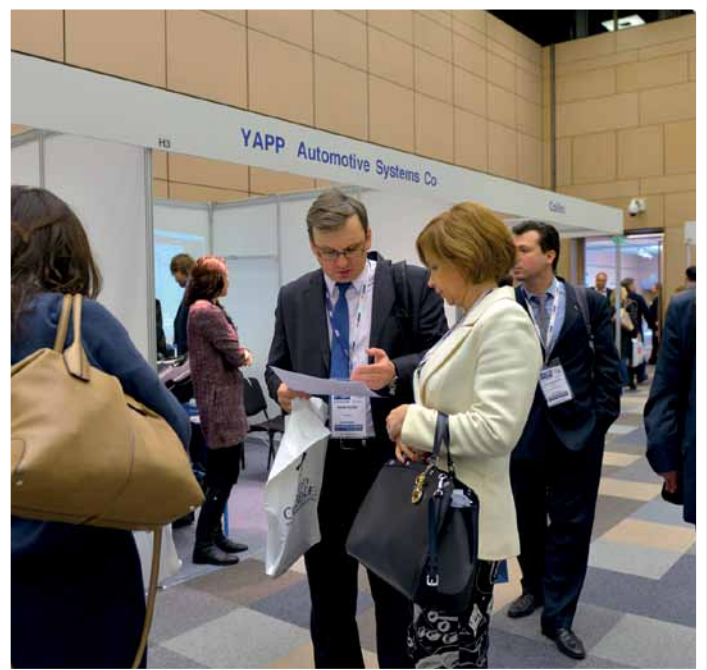
Но как бы ни были интересны доклады, несколько слов имеет смысл сказать и о выставке. В этом году экспозиция выставки дала возможность гостям и представителям СМИ ознакомиться с инновационными продуктами и услугами в сфере производства автомобильных компонентов, среди которых

особое место занимают решения компании «УзАвто» – спонсора мероприятий. Это холдинговая компания, осуществляющая свою деятельность в сфере автомобильной промышленности. Наряду с иностранными партнерами «УзАвто» является учредителем крупнейших производителей транспортных средств и автокомпонентов в Республике Узбекистан, таких компаний, как «Дженерал Моторс Узбекистан», «СамАвто», СП «MAN Auto Uzbekistan» и «Джи Эм Пи-Ти Узбекистан».

Моторный завод снабжен передовыми технологиями и совре-

менным оборудованием. Завод уже приступил к выпуску первых двигателей. В ноябре 2011 г. стартовало коммерческое производство двигателей. Мощности завода способны производить 200 000 двигателей в год, которые будут установлены на автомобили, реализуемые как в Узбекистане, так и за его пределами. В СП будет создано более 1000 рабочих мест.

С первых минут посещения мероприятий становится ясно, что РАФ Экспо и Российский автомобильный форум создали отличную возможность для обмена опытом, оценки рынка, организации



деловых встреч и установления новых бизнес-контактов, играя роль важного стратегического проекта для автомобильной промышленности в России. Ярко оформленные стенды представляют широкий спектр современного оборудования мира автомобилестроения, процесса конструирования основных звеньев сферы автомобильного сектора. Все эти перспективные направления находят свое отражение в экспозиции выставки этого года, что и является основной причиной для посещения мероприятий ведущими экспертами рынка. ■



Трудный путь

В Санкт-Петербурге в рамках юбилейной X Петербургской технической ярмарки прошла международная специализированная выставка-конференция Autoprom Russia. Она включала в себя специализированную конференцию и выставочную экспозицию.

Михаил Калинин

Выставка-конференция Autoprom Russia – проект довольно-таки уникальный для нашего рынка и направлен на развитие сети поставщиков автокомплектующих. В рамках деловой программы выставки представители производителей автокомпонентов, сборочных предприятий, ведущие эксперты

отрасли обсуждают самые актуальные вопросы и проблемы автомобильной отрасли: локализацию автокомпонентов, субконтрактинг и технологические цепочки, нормативную базу техрегулирования и стандартизации и проч.

Ключевая особенность выставки и ее отличие от других отраслевых мероприятий в России – ориентированность не на конечного покупателя

автомобиля, а на специалистов автомобильной отрасли. По сути, это место встречи профессионалов, площадка для эффективного диалога, обмена мнениями и дискуссий между поставщиками автокомпонентов и представителями автомобильных заводов. Поставщики автокомпонентов различных уровней играют возрастающую роль в разработке и производстве автомобиля. От предприятий требуется быть способными адаптировать свои производственные процессы к очень высоким требованиям автопроизводителей, в том числе в отношении контроля качества, гибкости, поставки «точно в срок» и т.д.

В этой связи, конечно же, масштабная деловая программа, включившая самые актуальные вопросы индустрии, стала захватывающим событием автомобильной промышленности России и привлекла внимание большого количества посетителей и участников Autoprom Russia, среди которых были производители автомобильной техники; производители и поставщики комплектующих и запчастей для автомобильной техники; производители и поставщики оборудования для сборочных производств автопрома; производители материалов для автопрома; поставщики автопрома I–III уровня; оптовые дистрибьюторы комплектующих и запчастей; представители крупнейших дилерских центров, СТО, техцентров; представители федеральных и региональных государственных структур и проч.

На специализированной трехдневной конференции обсуждались наиболее актуальные для современной российской автомобильной отрасли темы. Говорили о реформе интеллектуальной собственности в России и импорте технологий, новых правилах и перспективах для российских перевозчиков. Безусловно, всех интересовало, как изменится рынок после введения госрегулирования, какие риски несут автопроизводители, страховщики, энергетические компании и отрасли, существующие за счет автопрома.

Одним из самых ожидаемых стало выступление исполнительного директора НП ОАР Игоря Коровкина. Он как бы задал тон всей конференции – признанный эксперт автомобилестроения подвел итоги уходящего года, рассказал о трендах 2014 г., проблемах отрасли, а также тех мерах, которые стимулируют ее дальнейшее развитие.

По мнению Игоря Коровкина, системными проблемами российского автомобилестроения являются:

1. Технологическое отставание, в том числе в информационных и коммуникационных технологиях, от западных стран.
2. Отсутствие производства высококачественных современных автомобильных компонентов и материалов.
3. Недостаток квалифицированного персонала.
4. Несовершенство отечественного законодательства:
 - техническое (аккредитация, стандартизация, технические регламенты);
 - налоговое (дифференциация транспортного налога);
 - страховое;
 - регулирования естественных монополий;
 - отсутствие последовательной борьбы с контрафактом.

Исполнительный директор НП ОАР отметил, что ключевой задачей на 2014 год является последовательное продвижение мер поддержки и стимулирования отечественного автомобилестроения как в Российской Федерации, так и в ЕврАзЭС. Необходимо подготовить проекты законодательных актов, направленных на разработку правил и процедур поддержки российской бизнеса с учетом требований соглашений ВТО. В частности, соглашения по субсидиям и компенсационным мерам, соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности, соглашения по правилам происхождения и т.д.

- субсидирование деятельности предприятий, связанной с повышением энергетической эффективности предприятий, с работами, направленными на защиту окружающей среды, созданием и модернизацией рабочих мест и

развитием системы подготовки персонала;

- снижение сроков амортизации технологического оборудования;

- совершенствование системы кредитования.

По мнению Игоря Коровкина, однозначно оценить основные итоги работы автопрома в России в 2013 г. невозможно, поскольку были отмечены как положительные, так и отрицательные моменты, сыгравшие достаточно серьезную роль. К положительным итогам можно отнести принятие бюджета Российской Федерации, обеспечивающего в 2014 г. субсидии организациям автомобильной промышленности кредитными организациями в размере 70,7 млрд руб. Сократилась поставка на российский рынок контрафактной, фальсифицированной автомобильной техники. Намечалась стабилизация численности персонала при незначительном его росте в производстве компонентной базы. Количество занятых в отрасли составляет в настоящее время около 350 тыс. чел. Завершилась разработка 21 национального профессионального стандарта в соответствии с утвержденной профессионально-квалификационной структурой отрасли. Они находятся на утверждении в Минтруде России.

Отрицательные итоги также достаточно весомы. Сократились продажи легковых автомобилей на 9%, грузовых автомобилей – на 15,4%, автобусов – на 4,5%. Сократилось производство автомобильной техники: легковых автомобилей – на 2,8%, грузовых автомобилей – на 2,5%, автобусов – на 4,4%. Не обеспечено достижение локализации производства автомобильной техники и компонентов. Вывоз капитала из Российской Федерации за счет продажи автомобильной техники и компонентов составил 60–65% оборота рынка. Не удалось решить задачи по совершенствованию законодательства Российской Федерации, направленного на обновление парка автомобильной техники, технического и налогового законодательства.

Свою оценку рынка и его

перспектив дал в свойственной ему манере и известный шоумен, заслуженный артист России Николай Фоменко:

– Хотелось бы, чтобы мы были не в последнем вагоне, а двигали рынок сами, создали что-то, что могло бы вывести страну из технологического тупика, чтобы начинали работать на стадии инжиниринга, а не на стадии производства. Ситуация в автомобильной промышленности такова, что никто нам ничего сейчас не даст – либо сами будем делать, либо, к сожалению, ничего не выйдет вообще. Главное, чем можно помочь специалистам отрасли, – это не мешать. Надо работать, хоть это дело и непростое.

Слова, конечно же, правильные, но какое отношение к автопрому имеет Николай? Или он уже серьезно думает, что его свежее шоу под названием MarussiaMotors можно воспринимать как реальный автопромышленный проект? Вероятно, да, но пока все выглядит именно как шоу, правда, уже порядком и поднадоевшее. Вот и на Autoprom Russia Николай в очередной раз пообещал представить предсерийный прототип нового автомобиля, возможно, уже в декабре... Но попытки создать интригу у него получаются все хуже и хуже, вероятно, потому, что он уже сам потерял интерес к этому шоу, из которого вряд ли когда-либо выйдет что-либо путевое именно с точки зрения автопрома.

Впрочем, оставим Николая, такие «свадебные генералы» по традиции присутствуют на всех значимых мероприятиях. В этой связи очень отрадно то, что Autoprom Russia не ограничился лишь набором подобных пульт и ярких, но все-таки пустышек и представил участникам и гостям мероприятия действительно интересную программу.

«Аспекты промышленной политики: оценка с опорой на опыт» – основная тема дискуссии, прошедшей в рамках первой части Ассамблеи топ-менеджеров промышленных предприятий России, состоявшейся в рамках Autoprom Russia. В Ассамблее приняли участие член Совета Национального объединения проек-

тировщиков (НОП), председатель Комитета по технологическому проектированию объектов производственного назначения Игорь Мещерин, генеральный директор консалтингового агентства «Роял-Арк» Сергей Маслюк, руководитель проекта ОДК, эксперт Союза машиностроителей РФ Феликс Шамрай, директор инжинирингового центра «ФИНВАЛ-ИНЖИНИРИНГ» Борис Дегтярев и др.

Валерий Половинкин, профессор, референт генерального директора Крыловского ГНЦ, отметил следующее:

– Если доля машиностроения в общем производстве составляет меньше 20%, есть основания полагать, что экономика зашла в тупик. К таким же выводам можно прийти, если доля заимствования импортных продуктов в производстве составляет более 40%. В России эти показатели уже давно перевалили за критическую отметку.

«Убийцей машиностроения» специалист назвал исповедуемую сегодня государственными органами сырьевую стратегию. Феликс Шамрай был более категоричен, говоря о том, что происходит в данный момент с экономикой страны, он без обиняков напрямик констатировал – мы спускаем экономику в унитаз. Первоочередная задача сейчас – это бросить все силы на импортозамещение и не тратить финансовые средства, полученные от продажи природных ресурсов, на удовлетворение краткосрочных

бесперспективных задач.

Очень интересным и ожидаемым оказался доклад Бориса Дегтярева, рассказавшего об опыте, рисках и новых решениях в модернизации машиностроения.

Ну и, естественно, тема контрафакта не оставила никого равнодушным. Однако с проблемами контрафакта сталкивается не только Россия, но и многие европейские страны с развитой экономикой. Например, в Германии, по данным эксперта, от контрафактной продукции страдают около 60% производств. Тем не менее свои доклады эксперты заканчивали с умеренным оптимизмом. По мнению специалистов, в стране достаточно талантливых людей, способных решить эту проблему.

Теме «Комплексная автоматизация – комплексный подход» был посвящен ряд интересных докладов, с которыми выступили участники второй части Ассамблеи топ-менеджеров промышленных предприятий России. Первыми слово взяли менеджеры высшего звена научно-технического центра НПЦ «Интелком» Алексей Балухто и Александр Мудрецов. Свои выступления они посвятили информационной поддержке жизненного цикла изделий на основе технологий и средств автоматической идентификации.

Илья Пельмегов, руководитель технического отдела «Аймол Лубрикантс», официального представительства голландской

компании AIMOL в России и СНГ, наглядно проиллюстрировал, как достигается увеличение экономической эффективности предприятия за счет использования инновационных смазочно-охлаждающих жидкостей.

Конференция «Крепежные изделия и современные технологии выполнения соединений в промышленном и транспортном машиностроении» стала одним из самых интересных событий второго дня работы Autoprom Russia.

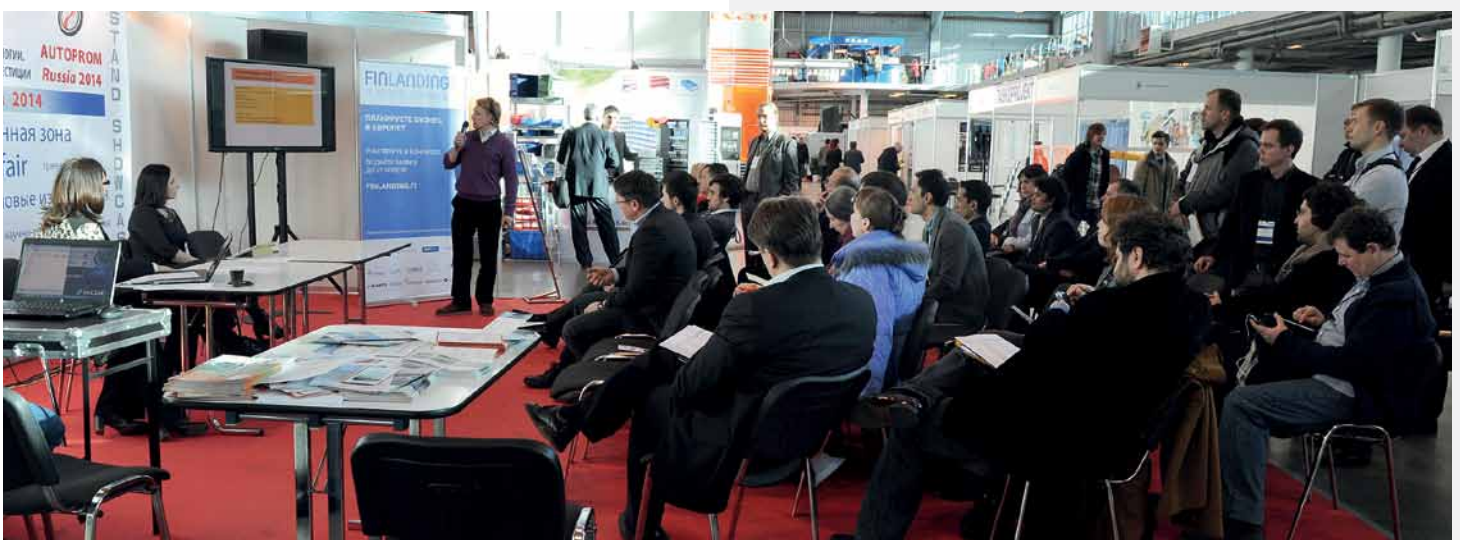
Мероприятие открылось выступлением Олега Николаева, генерального директора компании «Автолог». Его доклад – «Свинчивание как сборочный процесс. Требования к процессу сборки и к оборудованию при серийном сборочном производстве» – содержал интересную статистику. По данным господина Николаева, девять из десяти предприятий при создании своих конструкций не знают, с какими крутящими моментами производится резьбовая сборка. Между тем, как отметил Олег Николаев, малейшие нарушения нормативов могут привести к браку. Исключение, по наблюдениям специалиста, составляют «русские иностранцы» – крупные международные автомобильные компании, открывающие производство в России. Они тщательно отслеживают крутящие моменты при резьбовой сборке. Именно автомобильная промышленность, по мнению господина Николаева,

может стать «локомотивом контроля качества» в этой сфере.

Вслед за Олегом Николаевым слово взял Александр Галкин, региональный директор по продажам немецкой компании Flaig+Hommel. Компания является поставщиком крупнейших автомобильных концернов, таких как Daimler и Volkswagen. Наиболее подробно спикер рассмотрел инновационные разработки компании – цельнометаллические стопорные гайки FS с новым запатентованным принципом работы. По словам Галкина, такие гайки отличаются особой экономичностью и обеспечивают стопорение даже в затянутом состоянии.

Заведующий лабораторией «Обеспечения информационно-машиностроительной платформы» при Политехническом университете Игорь Ульянов познакомил участников и гостей конференции с «Базой знаний», единственным в своем роде информационным ресурсом, посвященным металлообработке. На сайте размещены более 100 источников информации, предоставленных крупнейшими предприятиями.

Одним из самых ярких выступлений в рамках конференции по крепежу стала презентация немецкой компании HeicoBefestigungstechnik. Представитель компании Рюдигер Ленч прямо в конференц-зале продемонстрировал работу со своей продукцией – гайками и шайбами, предназначенными для



обеспечения надежности резьбовых соединений.

Особое внимание господин Ленч уделил клиновой шайбе Neico-Lock. Специалист отметил, что подобные шайбы подходят для систем, работающих в условиях сильной вибрации, больших динамических нагрузок, могут использоваться многократно. Они состоят из двух частей, что облегчает монтаж, исключает ошибки в этом процессе. Внутри шайб сходятся клинья, угол подъема которых выше, чем угол подъема резьбы. Такие шайбы производятся из стали с цинковым покрытием или из нержавеющей стали.

Как отметил господин Ленч, эта продукция отличается особой прочностью и предназначена в первую очередь для предприятий, в работе которых должен быть исключен малейший риск аварий. Продемонстрированные опыты и рассказ эксперта вызвали большой интерес участников конференции – некоторые из них пожелали поближе познакомиться с технологией производства таких изделий, однако подробности процесса представитель NeicoBefestigungstechnik раскрыть не стал.

Завершили конференцию сотрудники журнала «Крепеж, клеи, инструмент и...». Научный редактор издания Кирилл Нечаев выбрал в качестве темы своего выступления концепции инновационного крепежа XXI века. Главным редактором журнала Александр

Осташев рассмотрел ситуацию на российском рынке крепежа.

Чрезвычайно важным и актуальным стал доклад Михаила Смирнова, менеджера по стандартизации и техническому регулированию AGC Glass Europe, сделанный в рамках Ассамблеи ведущих экспертов (еще одной конференции на Autoprom Russia). Он касался технического регулирования и стандартизации на российском рынке автомобильного стекла. Это одна из принципиальных отраслевых тем. По мнению эксперта, проблема в том, что сейчас хороший производитель качественного автостекла не имеет преимуществ перед плохим. К тому же обязательные требования и надзор не исправляют эту ситуацию. Практически отсутствует ответственность производителя (отзыв продукции, приостановка производства, полноразмерная компенсация используются редко); отсутствует стимулирование новой продукции; отсутствует эффективный контроль за соблюдением имеющихся требований; слабо защищен отечественный производитель.

С другой стороны, нормативно-техническая база устарела и недостаточно развита (за рамками R43), а бизнес-сообщество автостеклольного рынка неорганизовано. Как следствие, правила игры не установлены, поведение игроков не контролируется; ассортимент и требования диктуются непрофессионалами.

В ближайших номерах мы обязательно вернемся к теме автомобильного стекла, рассмотрим ее подробнее, ну а теперь перейдем к представлению интересных новинок Autoprom Russia. И первое, с чего хочется начать, это первый конкурс молодых специалистов и предпринимателей в области автомобильной промышленности «ФОРСАЙТ». В нем принимали участие индивидуальные предприниматели и владельцы собственного бизнеса в возрасте до 31 года. Своей целью организаторы конкурса видят стимулирование молодежи к участию в разработке и реализации бизнес-проектов в области автомобилестроения. Таким образом, по их мнению, произойдет развитие деловой активности молодежного предпринимательства; повышение знаний и профессиональных навыков молодежи в вопросах предпринимательской деятельности. Но самое главное, подобные конкурсы могут оказать реальную поддержку молодежным инициативам по разработке и реализации инновационных, перспективных бизнес-проектов, обеспечивающих положительное влияние на отрасль.

Представленные на конкурс проекты оценивались по таким критериям:

- актуальность для отрасли;
- наличие инновационных решений;
- основные этапы реализации проекта;
- реальность и технологическая

реализуемость бизнес-проекта;

- общий объем инвестиций, необходимых для реализации проекта, направления использования и размер привлекаемых средств, источники финансирования проекта;

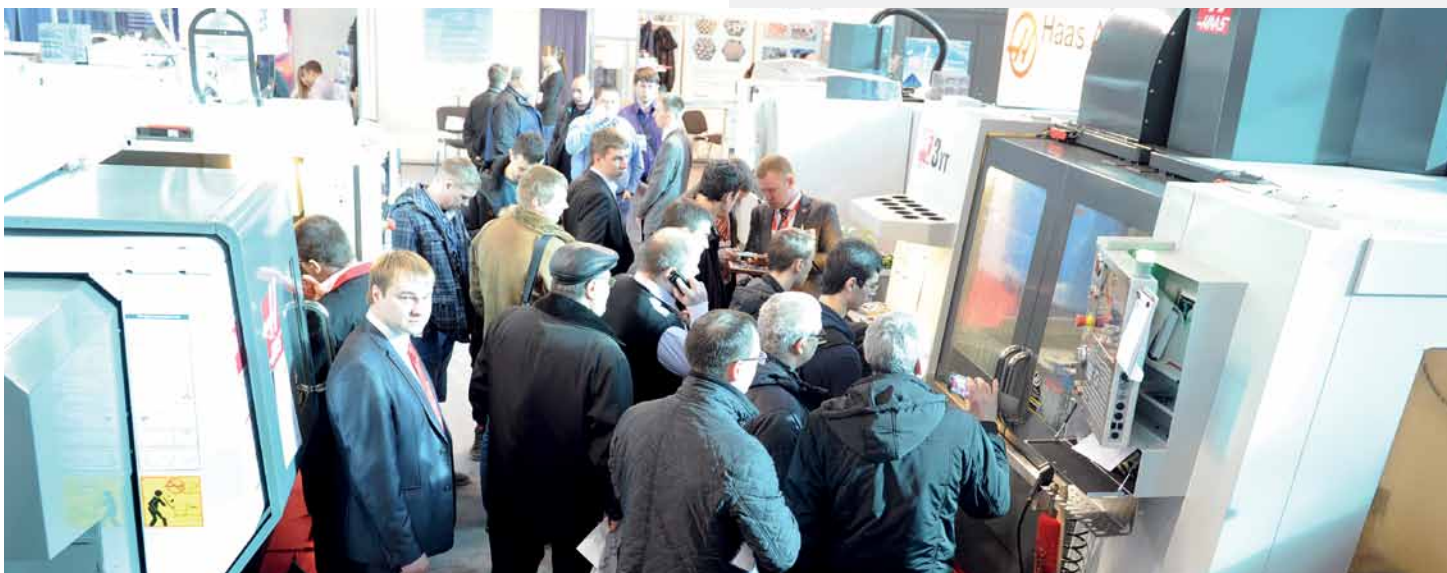
- краткое описание производимой и реализуемой продукции (услуг), оригинальные черты, делающие продукцию (услуги) конкурентной (-ными);

- планируемый срок окупаемости проекта.

К сожалению, рамки данной публикации не позволяют нам сейчас познакомить вас с наиболее интересными проектами, но опять же в ближайших номерах мы обязательно вернемся к ним и рассмотрим их максимально подробно, поскольку они действительно заслуживают этого.

Среди других новинок, представленных на Autoprom Russia, нужно особо выделить широкий перечень изделий для автомобильной отрасли отечественного или почти отечественного – белорусского – производства. О многих из этих компаний мы, к своему стыду, даже ничего и не слышали, а между тем они предлагают качественные, конкурентоспособные товары. Так, компания «Робуст Технолджи» представляет собой производственное предприятие, специализирующееся на контрактном изготовлении деталей или готовых изделий для сторонних заказчиков. Главным принципом работы является наиболее полное удовлетворение потребностей





клиента. Производственная площадка расположена в Рязани, вблизи федеральной трассы М5. Это обеспечивает удобную логистику по доставке материалов и вывозу готовой продукции. Среди выпускаемой продукции – детские автокресла торговой марки Siger. Одна из ключевых технологических платформ компании Siger – экструзионно-выдувное производство. Для изготовления пластмассовой основы для детских кресел в 2008 г. приобретена и запущена высокотехнологичная экструзионно-выдувная машина.

Большинство производственных операций автоматизировано, поэтому влияние человеческого фактора сведено к минимуму, а установка систем входного контроля качества сырья и выходного контроля готовой продукции исключает попадание брака к конечному потребителю.

Используя в качестве чехла материал, созданный по специальному заказу с заданными параметрами – цвет, толщина, прочность на разрыв, устойчивость к истиранию, гипоаллергенность и др., компания предлагает своим клиентам готовую продукцию, не имеющую аналогов у конкурентов. Большие объемы заказов позволяют Siger получить скидки от производителей сырья, снизить себестоимость конечного продукта, а в итоге предложить клиентам наилучшую цену.

Минский завод специального инструмента и технологической

оснастки ежемесячно выпускает около тысячи основных наименований (индексов) режущего и мерительного инструмента: резцы, фрезы, зенкеры, сверла, метчики и проч., а также разнообразных приспособлений, пресс-форм, штампов, другой оснастки. Во многих случаях это часто сменяемая продукция, которая изготавливается небольшими партиями. Особенность МЗ СИИТО – высокая, нередко измеряемая микронами точность обработки металла. С такими задачами способны справиться только высококвалифицированные кадры. Достаточно сказать, что среди рабочих завода немало специалистов, владеющих несколькими смежными профессиями и знающих свое дело на таком уровне, что их называют «рабочими-инженерами».

Ставропольский «Завод Атлант» – специализированное российское предприятие по разработке и производству электрических соединителей. Со дня основания завод специализируется на выпуске низковольтных, низкочастотных электрических соединителей. В настоящее время предприятие способно изготавливать до 123 млн соединителей в год. Основной продукцией предприятия являются герметичные соединители типа 2РМГ, 2РМГД, 2РМГП, 2РМГСД, РРМ43, РРМ44, СНЦ30, СНЦ31 с обширной номенклатурой применяемых диаметров.

За последние годы предприятием освоен выпуск жгутов проводов; широкой номенклатуры комплектующих для производства жгутов проводов автотракторного электрооборудования и автоэлектроники. В компании считают, что ориентирование на потребности автомобильной отрасли может быть выгодно предприятию, и, возможно, в скором времени компания сможет стать поставщиком автосборочных предприятий иностранных автобрендов в нашей стране. Для этого у нее есть самое главное – собственное современное производство.

В настоящее время на предприятии функционируют следующие производства: инструментальное производство по изготовлению литейных, прессовых форм, штампов, приспособлений, мерительного и режущего инструмента; производство спецтехнологического оборудования; литейное производство изделий из пластичных и термопластичных материалов; литейное производство из алюминия; производство по изготовлению деталей методом мехообработки и штамповки; гальваническое производство; производство по изготовлению деталей из резины; производство электрических жгутов проводов для автотракторной техники.

Использование современных технологий, наличие квалифицированных кадров позволяют заводу производить продукцию

в соответствии с требованиями международных стандартов. С 1999 г. на предприятии функционирует система менеджмента качества, сертифицированная на соответствие ГОСТ Р ИСО 9001 и комплексу стандартов СРПП ВТ. В 2008 г. система менеджмента качества была сертифицирована международной организацией TUV CERT на соответствие требованиям мировых автопроизводителей.

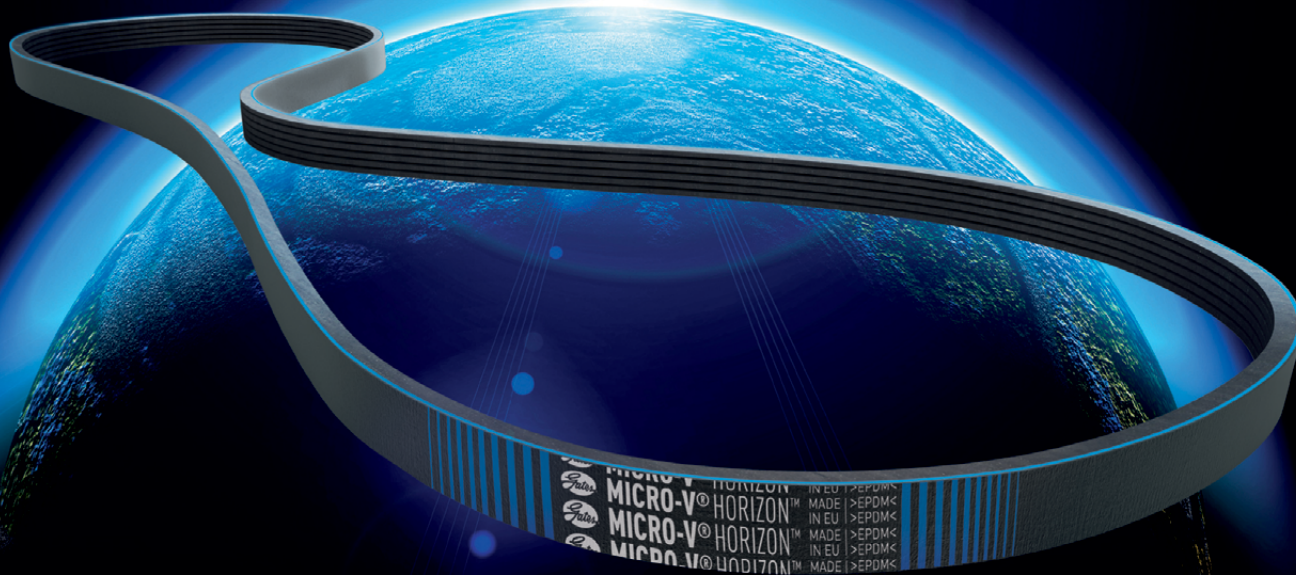
Компания «Энергосбережение» специализируется на разработке и производстве прогрессивных офисных, производственных и уличных светодиодных светильников. Она располагает собственными производственными мощностями и подготовленной командой специалистов, благодаря которым были созданы простые и очень эффективные светодиодные светильники для различных сфер применения, и в том числе для складских помещений, производственных цехов и проч.

В заключение остается сказать, что в этом году выставка-конференция Autoprom Russia собрала 539 компаний-участниц из 19 стран мира. Ее посетили почти 7000 специалистов. В 2015 г. выставка-конференция пройдет опять же в рамках Петербургской технической ярмарки, и организаторы обещают сделать мероприятие еще более масштабным и запоминающимся событием автомобилестроительной отрасли. ■



Новый MICRO-V® HORIZON™

Самый совершенный из ремней



Абсолютно новый ремень Micro-V® Horizon™ - новейшая конструкторская разработка компании Gates. Конструкция ремня Micro-V® Horizon™ обеспечивает полное отсутствие шума при его работе, отличается устойчивостью и непревзойденной гибкостью, что делает его превосходным выбором для первичной комплектации автомобилей и для рынка автозапчастей.

Gates.eu/horizon



БЕСШУМНЫЙ • ГИБКИЙ • ДОЛГОВЕЧНЫЙ



В прошлом номере мы начали разговор о ситуации на отечественном рынке запчастей. Сегодня мы продолжаем эту тему, немножко сместив ракурс. На этот раз о своем видении рынка рассказывают крупные дистрибьюторы.

Денис Ютапов

Естественно, общее снижение темпов развития авторынки отразилось и на работе дистрибьюторов.

Антон Цыбульский, директор по продажам «Москворечье трейдинг»:

– Замедление развития в этом году почувствовали все. Хотя, может быть, не в такой степени, как некоторые другие отрасли. Рынок запчастей все-таки еще растет. Хотя темпы роста существенно снизились. По той информации, которая у меня есть, в прошлом году никто не вырос так, как планировал.

Причины связаны с общими экономическими реалиями, которые сказываются на рынке автозапчастей.

Антон Цыбульский:

– Причины замедления темпов развития я вижу в общей экономической и политической ситуации. Кризис все ждали еще в прошлом году. И уже сами по себе эти ожидания способствуют притормаживанию развития.

При этом спад по разным категориям запчастей оказался неодинаковым.

Взгляд дистрибьютора

Дмитрий Ткачев, руководитель обособленного подразделения «Ви Лав Партс»:

– В настоящий момент спад продаж оригинальных запчастей составляет 20–30% по сравнению с прошлым годом. По неоригиналу же картина складывается несколько иная. Здесь падение тоже есть, но оно значительно меньше. И различия в зависимости от типов детали. Так, например, запчасти подвески уходят практически в тех же объемах, что и раньше. В то время как комплектовщик основных агрегатов – двигателя, коробки – продается на 20–25% меньше, чем в прошлом году.

Дмитрий Ткачев объясняет падение спроса на оригинальные запчасти в том числе и тем, что в некоторых случаях даже на гарантийные машины стали разрешать устанавливать неоригинальные комплектующие определенных производителей.

Дмитрий Ткачев:

– Сейчас все больше компаний-производителей подтверждают то, что на гарантийные машины можно ставить омологированный неоригинал.

Тенденция на снижение, скорее всего, будет проявляться и в обозримом будущем.

Антон Цыбульский:

– Скажу так – наши ожидания роста существенно скромнее, чем в прошлом году.

Хотя рост, безусловно, должен быть. Но, во-первых, он будет небольшим. Сильно меньшим, чем был в последние годы. Ну а во-вторых, он будет неравномерным.

По мнению Антона Цыбульского, объем операций на рынке будет возрастать быстрее доходности от этих операций.

Антон Цыбульский:

– Объем-то рынка, скорее всего, с точки зрения общей своей емкости будет увеличиваться. Будет возрастать количество продаваемых деталей. Во-первых, потому, что парк продолжает расти – проданные несколько лет назад автомобили сошли с гарантии и достигли того возраста, когда ремонт становится более частым. Ну и

опять же – постоянно пополняется список дистрибьюторов, этот процесс происходил и в 2013 г., и, думаю, будет продолжаться в 14-м: в основном за счет компаний, поднявшихся «снизу», тех, которые, достигнув определенного уровня, сумели получить дистрибуторство. Но при этом будет уменьшаться стоимость каждой проданной детали. Из-за чего рост в денежном выражении будет гораздо меньшим. Можно ожидать примерно такую пропорцию: если рынок процентов на 15 возрастет по количеству продаваемых запчастей, то в денежном выражении рост составит не более 10%.

Падение средней стоимости продаваемых запчастей Антон Цыбульский связывает с несколькими факторами. Основная причина, на его взгляд, заключается в том, что удешевляется автопарк. Если 10 лет назад эксплуатировались преимущественно европейские машины, пусть даже и не новые, все равно запчасти на них стоили достаточно дорого. Сегодня же акцент переместился на «корейцев» и на машины бюджетной серии. Понятно, что стоимость деталей на Audi значительно выше, чем деталей к сегодняшним лидерам рынка: Renault Logan, Hyundai Solaris или KIA Rio. В Корее дешевый даже оригинал. Если в Европе цена определяется маркетинговым подходом, то корейцы работают, исходя из себестоимости. Благодаря этому в Корее оригинал оказывается настолько дешев, что европейские премиальные бренды – производители запчастей иногда просто не могут делать неоригинал на корейцев по конкурентным ценам.

С другой стороны, дают себя знать также и кризисные явления. Запчасти – это такой товар, на который откладывать сильно спрос обычно не удается. Поэтому даже во время кризиса существенного падения спроса все равно не происходит, он падает, конечно, но не катастрофично. Другое дело, что в условиях нестабильности люди начинают экономить на ценовой категории приобретаемых

запчастей. Если раньше человек покупал детали премиум-класса, то при наступлении трудных времен он машину все равно будет продолжать чинить, но тогда уже станет устанавливать более дешевые компоненты – или менее именитых европейских производителей, или китайские «попаме». Что, собственно говоря, мы сейчас и видим – часть спроса перемещается именно именно сегмент более дешевых производителей. Из-за чего и происходит удешевление транзакций.

Следствием кризисных ожиданий в обществе становится также выборочное падение спроса на определенные типы запчастей, о котором Дмитрий Ткачев свидетельствовал раньше. Стремление сэкономить и по возможности отложить все крупные траты на потом, свойственное сегодня значительной части клиентов, приводит к тому, что они начинают меньше покупать оригинальных частей, предпочитая им более дешевые неоригинальные, а также меньше делать тех ремонтных операций, с которыми можно потянуть еще какое-то время. Именно поэтому падение спроса сильнее ощущается на детали агрегатов, чем на детали подвески, ремонт которой отложить обычно не получается, да и стоимость работ по ремонту подвески, которая неспособна меньше стоимости ремонта того же двигателя, не так сильно отпугивает клиентов.

Отчасти определенными сложностями в бизнесе можно объяснить и еще одну современную тенденцию.

Дмитрий Ткачев:

– Сегодня заказы на запчасти становятся меньше по количеству позиций. Если раньше средний заказ включал в себя 15–16 позиций, то сейчас это количество снизилось до 5–6 наименований на одну поставку. Зато таких более мелких по объему заказов становится больше. На мой взгляд, это говорит о том, что магазины стали меньше покупать товара про запас и больше стараются возить непосредственно под клиента.

Подобное поведение может

означать стремление торговцев запчастей снизить свою финансовую нагрузку за счет снижения расходов на складские запасы. Кроме того, как подчеркнул Дмитрий Ткачев, оно свидетельствует также о большем распространении оперативной доставки, которая позволяет не держать большие склады запчастей.

Ну и наконец, на ситуацию в автобизнесе сегодня оказывает существенное влияние демпинг, который на рынке запчастей стал практически повсеместным.

Антон Цыбульский:

– Существенный фактор снижения стоимости транзакций – демпинг. Его распространение также связано с развитием кризисных явлений. Проблема в том, что все привыкли расти, и поэтому сейчас, когда в привычном темпе прирастать не получается, многих «ломает». Складывается своеобразная истеричная ситуация. Когда ожидания людей не оправдываются, они начинают искать тому причины. И, вполне естественно, приходят к мысли, что, может быть, все дело в цене? Из-за нее покупатели не приобретают товар? Начинают снижать цены, жертвуя собственной прибылью. Действительно, на какой-то момент перетягивают себе часть клиентов. Но проблема-то в том, что рынок при этом не расширяется. Поэтому такие их действия в конечном итоге приводят к снижению общего оборота всей отрасли. Сегодня демпинг – очень острая проблема.

Особенно для тех компаний, которые не используют серых схем.

Антон Цыбульский:

– Если ты работаешь по-белому, нормально в полном объеме все растаможиваешь, с теми, кто применяет серые схемы растаможки, просто невозможно конкурировать.

Проблема серого импорта особенно чувствительна при работе с производителями, не имеющими в России своего склада.

Антон Цыбульский:

– У многих производителей есть центральные склады – и

тогда значение серого импорта нивелируется. В этом случае все оказываются на равных условиях. Но даже по таким товарам демпинг присутствует.

Демпинг же весьма негативно отражается на ситуации на рынке.

Антон Цыбульский:
– Демпинг плох тем, что, несмотря на привлекательность для клиента продающегося по дешевке товара, он лишает компанию доходов. До дна доли просто, но существовать на нем очень сложно.

А это зачастую единственный ресурс для развития.

Некоторые производители пытаются контролировать доход своих дистрибьюторов, используя для этого различные рычаги влияния, в том числе и экономические. И на самом деле мы предпочитаем работать с такими брендами, хоть немного снимающими остроту проблемы демпинга.

На сегодняшний день основным покупателем запчастей у дистрибьюторов являются не сервисы, а магазины.

Антон Цыбульский:
– Таковы реалии нашего рынка. Мы пытались оценить долю каждого из них – получилось, что сейчас объемы продаж распределяются в отношении 85 на 15 в пользу магазинов. При этом можно говорить, что есть тенденция к увеличению числа автосервисов среди наших покупателей. Но пока еще изменения в этом направлении происходят крайне медленно.

Дмитрий Ткачев:
– Основной покупатель сегодня – это мелкие магазины. На их долю приходится процентов 60–65 всего объема отгружаемого нами товара.

Сервисы предпочитают работать с мелким торговцем на местах, нежели покупать детали у крупного дистрибьютора. Причем проблема не в том, что сервисы на местах «не доходят» до дистрибьютора. Зачастую наладить контакт не удается даже в том случае, если сам дистрибьютор проявляет активность в этом направлении.

Дмитрий Ткачев:
– У нас в Воронеже есть своя региональная точка продаж. Одно время мы пытались привлечь для работы с ней окрестные сервисы. Обошли все автомастерские, которые находились рядом с нашей точкой. Предложили сотрудничество. Так вот согласились работать с нами только два-три предприятия.

Эксперты выделили несколько стандартных моделей поведения автосервиса при решении вопроса об обеспечении сервиса запчастями. Дело в том, что существует несколько моделей поведения сервисов в тот момент, когда к ним приезжает автомобиль на ремонт. До сих пор очень распространен вариант, когда сервис диагностирует неисправность и после этого посылает за запчастью самого клиента. Тот едет в магазин, находит деталь, привозит ее в сервис, и сервис уже устанавливает ее на машину. Таких предприятий по-прежнему очень много. Особенно в регионах.

Вторая модель еще более распространена: сервис берет машину на ремонт, клиента отпускает, а вместо него в тот же ближайший магазин автозапчастей едет сотрудник сервиса. У автомастерской, как правило, есть дисконт в этом магазине. Сотрудник приезжает и, по сути

дела, перекладывает свою работу по подбору нужной запчасти на продавца этого магазина.

Как в первом, так и во втором случае сервис, естественно, теряет часть прибыли от реализации запчастей, которую он мог бы получить.

Антон Цыбульский:
– Магазины наценивают обычно порядка 40–50% на деталь. Понятно, что это в среднем. На мелочовку наценка может быть большей, на какие-то редкие детали – поменьше. Сервисы имеют в случае обращения в магазин небольшой процент в 10–15 - дисконт. Зато при этом сервис избегает сложностей с подбором деталей и снимает с себя ответственность за него.

Именно в этом стремлении снять с себя ответственность за подбор запчастей, а также в неумении организовать работу с запчастями на своем предприятии Антон Цыбульский видит одну из причин нежелания сервисов покупать детали у дистрибьюторов.

Антон Цыбульский:
– Перераспределение покупательских групп в пользу магазинов происходит, на мой взгляд, из-за незрелости организационной структуры автосервисов. И это при том, что сам по себе авторемонтный бизнес чрезвычайно сложен для управления.

Требует от людей, которые там работают, большого кругозора и знаний. А также – умения обеспечить контроль, без которого недобросовестный мастер на выходе может иметь доход больший, чем учредитель. У людей просто не хватает ресурса охватить, кроме всех этих непростых вопросов управления, еще и вопрос запчастей. У руководителя могут просто не доходить до него руки.

Кроме того, серьезной проблемой, усложняющей сервису работу по закупке запчастей, становится отсутствие компетентных в этом вопросе специалистов.

Антон Цыбульский:
– У многих сервисов элементарно нет людей, способных вести эту работу. Подбор запчастей всегда требует особых компетенций от персонала. С этим у сервисов возникают серьезные проблемы. Особенно остра ситуация в регионах.

На рынке таких специалистов мало. Их трудно найти. И, кроме того, далеко не всегда небольшой автосервис может позволить себе держать такого сотрудника в штате. Тот же персонал, который работает в автомастерских, правильно подобрать детали зачастую не может.

Антон Цыбульский:
– Бывает, звонят люди и не мо-



гут даже данные из техпаспорта правильно озвучить из-за того, что не умеют правильно прочитать латинские буквы. Такому сервису действительно проще прийти в ближайший магазин с техпаспортом автомобиля и поручить специалисту торгового предприятия осуществлять подбор.

Именно попытка сервисов решить проблему квалифицированных кадров приводит к появлению третьей модели обеспечения запчастями.

Третий вариант – это когда на предприятии работает опытный снабженец-фрилансер. Он не входит в штат предприятия и, как правило, работает сразу с несколькими мастерскими. Сервис копит какую-то потребность в запчастях в формате, например, полудня. Затем приезжает снабженец, покупает запчасти и предоставляет их сервису. Это уже более продвинутый вариант.

Опытный подборщик может не только покупать детали в магазине, но и заказывать доставку. Однако и в этом случае, как правило, он обращается не к дистрибьюторам, а к магазинам или интернет-магазинам на местах.

Антон Цыбульский:

– Ну и, наконец, есть некоторый процент сервисов, как правило, достаточно крупных, которые выстраивают нормальный механизм обеспечения

запчастями. При таком варианте технические специалисты сервиса подбирают запчасти, заказывают их, отслеживают доставку, проводят через склад, отправляют в работу. В этом случае ответственность за подбор ложится на сервис. А не на магазин. Расходы сервиса возрастают. Однако возрастает и его доход от продажи запчастей.

К сожалению, по словам наших спикеров, по такой схеме работают очень немногие независимые компании.

Антон Цыбульский:

– Самый яркий пример такого «правильного» сервиса – это компания «Юнит» в Москве. У них есть свой склад, есть полностью простроенная структура. Есть закупщики, есть люди, которые подбирают детали на каждую машину. Большинство же компаний всего этого не имеют.

Слабое распространение такого подхода среди независимых сервисов во многом объясняется небольшими масштабами большинства автосервисных предприятий.

Антон Цыбульский:

– Среднестатистический сервис – это несколько подвемников, минимум персонала, практически нет склада и нет структуры, способной серьезно заниматься подбором запча-

стей. Таких – большинство. Как пример – на нижегородском рынке, который я хорошо знаю, на весь город таких предприятий – штук пять. В Москве – побольше. Но все равно это максимум 30% от общего числа автосервисов.

Не способствует сближению дистрибьюторов автозапчастей и автосервисов и тот факт, что в нынешней ситуации самим дистрибьюторам тоже пока еще сложно идти навстречу автосервисам. Реалии рынка делают для них выгодным сотрудничество именно с магазинами.

Дмитрий Ткачев:

– Магазины изначально делают более широкие заказы. Сервис же крупные заказы никогда не делает. Максимум 1–2 позиции, которые требуются срочно. Нам осуществлять такие доставки невыгодно. Выгоднее возить именно магазинам.

Поэтому именно под магазины дистрибьюторы подстраивают все свои процессы. В первую очередь речь идет о сроках поставок, которые готовы поддерживать дистрибьюторы. Как правило, сегодня нормой становится заказ «через ночь».

Антон Цыбульский:

– Если клиент заказывает запчасти сегодня, мы поставляем ее либо на завтрашнее утро, либо же, если заказ был сделан с утра, к концу этого дня. В регио-

ны срок доставки может быть и большим за счет удаленности. **Дмитрий Ткачев:**

– По Москве мы доставляем в течение восьми часов, в регионах за 500 км заказ, принятый сегодня, доставляется с утра до 9 часов.

Сервисы, которые заказывают детали преимущественно под конкретного клиента, такие сроки не устраивают. Сервис нуждается в более быстрой доставке. Он должен получать детали в течение 2–3 часов. В Москве же из-за транспортного коллапса сложно и дорого это то-то делать быстро.

При этом наши эксперты не считают эту проблему непреодолимой. Однако ее решение требует дополнительных средств. А реалии таковы, что пока дистрибьюторам непонятно, окупятся эти вложения или нет.

Антон Цыбульский:

– В принципе быстрая доставка хоть и представляет собой сложность, однако не является проблемой неразрешимой. Но пока нет аудитории, ради которой мы готовы строить новую логистическую структуру.

Есть и еще одно требование автосервисов, которое из-за преимущественной ориентации на магазины дистрибьюторам сейчас также сложно выполнять: сервис хочет закупать сразу все в одном месте. А сегодня ни одна компания не может в режиме двухчасовой поставки покрыть спрос мультибрендового сервиса даже на 80 процентов. Опять же – эксперты не говорят, что удовлетворение этого требования является неразрешимой задачей. Однако оно потребует дополнительных вложений, которые опять же сегодня не факт, что принесут скорую отдачу.

Сложность в том, что, поставив целые товарные группы, дистрибьюторы не поставляют смежные детали, которые требуются при установке деталей этой группы.

Антон Цыбульский:

– Поставщики товарных групп не включают в свой ассортимент смежные детали, необходимые для ремонта. Винты, пружины, шайбы и пр. При-



мер – при замене масла иногда требуется менять шайбу под сливной болт, так вот далеко не у каждого дистрибьютора, предлагающего масла и фильтра, такая шайба будет представлена. Просто потому, что у дистрибьюторов нет комплексного подхода. Это сервису, у которого машина висит на подъемнике, нужно либо все, либо ничего. В случае же с магазином отсутствие смежного ассортимента не является проблемой. Поэтому и мы, ориентируясь в первую очередь на магазины, о таких вещах часто не задумываемся. Мы можем элементарно не знать, какие смежные детали нужны для установки тех или иных комплектующих. У нас просто нет компетентного в этой области специалиста. Нет потому, что сейчас такие вопросы нам не приходится решать.

Еще один момент, который сдерживает сближение дистрибьюторов и сервисов, тоже связан с реалиями нашего сегодняшнего рынка: при отсутствии системы быстрого заказа сервис, желающий работать с крупными поставщиками, вынужден держать у себя большой страховой запас. И в этом случае он начинает требовать от дистрибьютора тех же скидок, что и магазины, расходы у него на хранение оказываются соразмерными с магазинными. Но беда в том, что дистрибьютору не очень выгодно давать сервису такие же скидки, поскольку объ-

ективно сервис более сложный клиент и для организации качественного его обслуживания потребуются большие вложения. **Антон Цыбульский:**

– Сервис объективно требует от дистрибьютора более высокого уровня обслуживания. Но дистрибьютор не хочет компенсировать дополнительные расходы более высокой наценкой, как это происходит на более развитых рынках. Например, на европейском. И это всех устраивает, поскольку сервис может не тратиться на склад – он знает, что нужную деталь ему оперативно доставят. У нас же поведенческая манера сервисов такая же, как и у магазинов. Им также нужна скидка. Они заказывают товары у нескольких дистрибьюторов.

В общем, получается замкнутый круг. Сервисам не очень выгодно идти к дистрибьютору, поскольку дистрибьюторы не могут обеспечить выполнение важных для сервиса условий. В первую очередь – поставлять детали за считанные часы. Дистрибьюторы же не готовы работать в этом направлении, поскольку объективно эта работа потребовала бы от них солидных вложений – на логистику, на персонал с новыми компетенциями, на изменение всей структуры управления процессами и пр. А отдача от таких вложений пока еще далеко не очевидна. И в вопросе о том, будет ли со временем ситуация

меняться или нет, наши эксперты разошлись во мнении. Антон Цыбульский считает, что все-таки эволюция отрасли направлена в сторону сближения сервисов и дистрибьюторов.

Антон Цыбульский:
– От сегодняшней ситуации проигрывает автосервис. Он теряет возможность зарабатывать на запчастях. Ну а поскольку сейчас и объем услуг, которые оказывают сервисы, и конкуренция в отрасли постепенно растут, сервисы начинают все чаще и чаще обращаться к дистрибьюторам. В принципе, мы считаем, что, когда число клиентов-сервисников станет стабильно расти и достигнет хотя бы 30-40 процентов клиентской базы, в этом случае потребности таких клиентов будут учитываться в гораздо более полной степени. Во-первых, тогда наши вложения в этом направлении начнут окупаться, ну а во-вторых, у нас будет больше статистической информации. Это позволит нам дополнить ассортимент смежными деталями и за счет этого полнее удовлетворять запросы сервисов. От этой ситуации выиграют все. Сервисы стали бы получать больший доход от продаж запчастей. Клиенты – из-за того, что сервис смог бы продавать детали с большим знанием дела и с большей ответственностью, чем магазины. Для нас же преимуществом

бы было то, что рынок, если бы все решения по запчастям принимал сервис, стал бы более профессиональным. Кроме того, работая преимущественно с сервисами, мы смогли бы уменьшить ассортимент склада. Тогда нам было бы достаточно иметь, например, пару моделей премиум-фильтров и пару – стандартных. И все. Сервис бы такой набор полностью удовлетворил – при условии, что это были бы качественные детали. Сейчас же мы вынуждены расплывать ресурсы на то, чтобы одну и ту же деталь в разных исполнениях держать у себя на складе. Ради ассортимента, который важен для наших нынешних основных клиентов – розничных магазинов. Так что, думаю, со временем взаимное сближение сервисов и дистрибьюторов непременно произойдет.

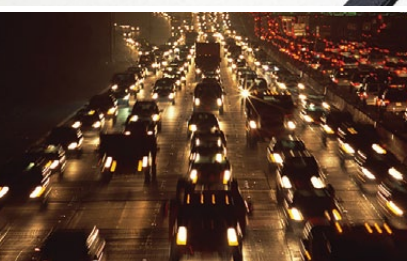
Второй наш эксперт видит будущее области несколько по-другому.

Дмитрий Ткачев:
– В ближайшем будущем мелкие магазины уйдут, причем думаю, что это произойдет в самом ближайшем будущем. Лет через пять. Им на смену окончательно придут крупные сети, которые смогут обеспечивать огромный ассортимент и быструю доставку. Именно через них будут закупать детали автосервисы. Сближение же их с крупными дистрибьюторами маловероятно. ■





PREMIUM MOTOROILS



Ассортимент AIMOL - это смазочные материалы для транспорта и коммерческой техники, а также специальные жидкости и средства по уходу за автомобилем. С момента основания бренда в 2005 году и по сегодняшний день AIMOL придерживается своего главного принципа: инновации должны быть доступны каждому.

МОТОРНЫЕ МАСЛА

SPORTLINE 0W-40, 5W-50, 10W-60
STREET LINE 5W-40, 10W-40, 15W-50
ECOLINE OGM 5W-30
LL SYNTH PLUS 10W-40
TURBO DIESEL 10W-40

ОХЛАЖДАЮЩИЕ ЖИДКОСТИ

FREEZE G12+
FREEZE G12 RED
FREEZE BS
FREEZE BS GREEN
FREEZE G11 GREEN

МАСЛА ДЛЯ МКПП

SYNTHGEAR 75W-90
SUPERGEAR 80W-90
GEAR OIL 75W-90, 80W-90

МАСЛА ДЛЯ АКПП

DEXRON® IID
DEXRON® III
MULTI ATF

МАСЛА ДЛЯ ЗАДНЕГО МОСТА

SYNTHGEAR 75W-90
SUPERGEAR 80W-90
AXLE OIL 75W-90

ТОРМОЗНЫЕ ЖИДКОСТИ

BRAKE FLUIDE DOT 4

СМАЗКИ

MDS GREASE 2
LITHIUM GREASE EP 2
AIMOL-M GREASE LITHIUM COMPLEX EP 2 BLUE
AIMOL-M GREASE POLY HT PLUS 2
AIMOL-M GREASE LITHIUM CALCIUM EP 2

АВТОХИМИЯ

STANDARD LINE

PENETRATING OIL
BRAKE CLEANER
HANDYMAN CAN
SILICONE SPRAY
RAIN AWAY
LEATHER CLEANER
BITUMEN CLEANER
MOSQUITO CLEANER
FOAM TEXTILE CLEANER
PLASTIC POLISH SILICONE FREE
PLASTIC POLISH

АВТОХИМИЯ

EXPERT LINE

GEAR GREASE
COOPER GREASE
HAND CLEANER RED

АВТОХИМИЯ

WINTER LINE

DIESEL ANTIGEL



ПРОЕКТЫ В ПОДДЕРЖКУ АВТОСПОРТА

AIMOL RACING **AIMOL JUNIOR**

AIMOL

Новые правила торговли автомобилями в Европе. Борьба продолжается

Какие бы правила ни вводились, жизнь всегда вносит свои коррективы.

Александр Григорьев

Вlock exemption не является здесь исключением. Почти сразу же за его окончательным принятием в октябре 2003 г. начали поступать жалобы. Например, стало ясно, что ценовая борьба, вызванная новыми правилами, может серьезно уменьшить прибыли автопроизводителей, которые неизбежно должны были это как-

то компенсировать с помощью мер и инструментов, имеющихся у них.

Против «блока» в первую очередь выступили страны с мощной автопромышленностью – Германия, Франция, Италия и Испания, поскольку они теряют больше всех. Выигрывают же поставщики деталей и компонентов, так как они могут, как и ранее, поставлять свою продукцию как на комплектацию автомобилей, так и напрямую независимым ремонтным мастерским.

Производители автомобилей выражали опасения, что наличие сети независимых ремонтных мастерских подорвет основы производства.

Главное недовольство автомобильных компаний заключалось в следующем:

- разделение контрактов по продаже и сервису несет угрозу автобрендам, так как позволяет производить ремонт ненадежным третьим сторонам;
- нежелание дилеров инвестировать в свое оборудование и помещения из-за неясности относительно будущего;
- разрыв усилий в реструктуризации дилерских сетей;
- необходимость укрупнения дилерских групп, которые могут диктовать условия на авторынке.

Существовавшие ранее правила имеют ограничения территории эксклюзивных дилеров и не

допускают продажи различных брендов в одном демзале. Дилеры должны также проводить послепродажный сервис и работы по гарантии.

Новые правила все это меняют. Главная возникшая проблема – разделение продаж и сервиса. Дилеры получили право заключать субконтракты для проведения сервисных операций. Как следствие, они жалуются: «Мы не можем сказать покупателю нового автомобиля: привет, увидимся снова, когда ты купишь следующую модель...» Многие дилеры начинают искать более дешевые запчасти, вследствие чего качество обслуживания и ремонта невозможно контролировать.

Автопроизводители отвечают на это в первую очередь ужесточением стандартов, предъявляемых к дилерам: требованиями к демзалам, оборудованию, сервису (ремонт) и пр.

В процессе подготовки BER (block exemption regulations) были смягчены некоторые из предложений Еврокомиссии, которые могли нанести ущерб малым дилерам. В частности, правило location clause (в соответствии с которым дилер не имел права открыть точку продажи вне эксклюзивной территории). Это правило действовало только до октября 2004 г., производители же автомобилей вообще не хотели его менять. После 2004 г. дилеры получили возможность открывать свои точки продажи в любом месте Европы.

Однако BER испугались не все компании. Например, Honda Motor Europe, имеющая сильную товаропроводящую сеть из 1800 дилеров, вполне способна конкурировать с независимыми дилерами. Honda предложила своим дилерам новое франшизное (эксклюзивное) соглашение. Кроме этого, провела с ними серию семинаров, занялась реорганизацией своей дилерской сети, превратив 530 мелких дилеров в 250 крупных. В компании посчитали, что покупатель важнее дилера, хотя далеко не все изменения в правилах торговли автомобилями необходимы.

В создавшихся условиях успех работы дилеров в Европе во многом стал зависим от диверсификации. Хотя многие из них после введения блока не очень представляли, как это скажется на их деятельности. Если одни источники поступлений (например, продажа запчастей) частично сократились, то необходимо искать другие, то есть диверсифицировать свой бизнес, искать новые сферы деятельности.

Например, заключить договор на прямые поставки от какого-либо поставщика компонентов и запчастей. Или открыть обслуживание и ремонт электроники на базе контракта, например, с фирмой Bosch или Delphi. Кроме этого, у дилеров появилось право открывать свои пункты в любом месте, где требуется их присутствие. Развивать вторичный рынок.

Особое беспокойство вызвало разделение продаж и сервиса. За многие годы дилеры привыкли к тому, что если они продают автомобили, то они их и обслуживают и даже ремонтируют. К тому же привыкли и покупатели.

По мнению ЕС, разделение бизнеса должно было привести к усилению конкуренции и снижению цен.

Так, типичный для Европы автомобильный дилер (на начало первого десятилетия этого века) – это частный владелец-оператор с одним эксклюзивным контрактом (франшизой), который работает на определенной территории и продает 200–300 автомобилей ежегодно. Он имеет небольшой демзал, небольшой штат и небольшую прибыль.

Анализ последних лет показывает, что такая модель неустойчиво, но значительно меняется. Либо она приближается к американской модели, где дилеры имеют тенденцию к увеличению и большей прибыльности, либо происходят другие изменения.

Сегодня дилер – это частный владелец-оператор, рассчитывающий на укрупнение. Многие частные дилеры на малых рынках думают о продаже своего дела или уходе на пенсию. Производители автомобилей, владеющие менее чем 2% дилерской сети, хотя

иметь меньшее число, но более крупных дилеров.

Совсем недавно дилеры, как правило, имели одну франшизу. BER снял барьеры для мультифраншизинга, но многие все равно остаются с одним поставщиком автомобилей. Заключаются небольшие дополнительные контракты для полного использования имеющихся возможностей.

Дилеры комбинируют продажи и сервис, хотя по правилам «блока» это разделено. Но есть и такие, которые занимаются только обслуживанием. В основном это те, у которых уже нет контракта на продажу, но имеется оборудование для сервиса.

Типичные дилеры сейчас работают в пределах территорий городов. Некоторые под влиянием автомобильных компаний перемещаются в индустриальные парки, обычно на окраинах, где больше места и возможностей для укрупнения.

В среднем дилер продает теперь порядка 150 автомобилей second hand в год. Где он их берет и кому продает, правила «block exemption» не регулируют. Дилеры все больше интересуются такими автомобилями, поскольку их продажа зачастую выгоднее, чем продажа новых.

Типичный европейский демзал сегодня – на пять автомобилей,

поскольку автофирмы больше уделяют внимания качеству, а не размерам, да и совершенствование системы заказа не требует больших складов.

BER позволяет иметь дилеру субконтракты на обслуживание и ремонт, но не многие хотят выпускать из своих рук прибыльное дело.

Как уже отмечалось, «block exemption regulations» официально вступили в силу 1 октября 2003 г.

До этого сильные автопроизводители контролировали дилеров, которые имели эксклюзивные территории. Большинство из них не имели права продавать различные бренды.

После контроль над дилерами со стороны автомобильных компаний стал слабее. Большинство дилеров не имеют эксклюзивных территорий. Разрешено мультибрендовое дилерство. Официально признаются и независимые ремонтники.

Первые годы действия «блока» показали, что цены на автомобили в странах Европы не выровнялись. Общее число дилеров сократилось на 36%, а это означает потерю работы для многих. Малые дилеры выживают с трудом, так как не имеют возможности делать нужные инвестиции, необходимые для конкуренции с крупными дилерами.



Многие из дилеров жалуются, что условия новых контрактов, подготовленных производителями, требуют больших затрат и поэтому трудновыполнимы.

Следует отметить, что автомобильные компании из Азии используют преимущества либерализации европейского авторинка для расширения своих сетей продаж и обслуживания. Они нанимают дилеров, которые лишились своих франшиз с европейскими автопроизводителями, и приветствуют мультибрендинг.

Как видим, все привело к тому, что Евросоюз был вынужден модифицировать утвержденные в 2003 г. правила торговли автомобилями (BER).

Некоторые эксперты считали, что правила «блока» получились слишком сложными, что не дает возможности добиться той цели, ради которой они создавались: усилить конкуренцию и тем самым снизить цены для покупателей. Требовалось их упрощение, состоять они должны из 5–10 пунктов, не более.

Кроме того, для многих дилеров с введением BER возникли проблемы с получением прибыли (для выплаты инвестиций), это стало настоящей борьбой за выживание.

В то же время Еврокомиссия критиковала руководство автомобильных фирм за плохое «послушание» правилам «block exemption». Проверялось, предоставляют ли фирмы независимым СТО необходимую для ремонта техдокументацию. Если нет – возможен крупный штраф.

Понятно, что отсутствие необходимой техдокументации у независимых ремонтников ставит их в невыгодное положение перед сервисной и ремонтной сетью самих производителей. Автомобильные компании можно понять, так как их доходы на «послепродажном» (вторичном) рынке составляют порядка 45% от общей прибыли. Прямые же договоры независимых ремонтников с поставщиками запчастей увеличивают прибыль последним.

Цель BER была достаточно благородной: уменьшить контроль производителей автомобилей после того, как новый автомобиль продан, предоставить дилерам больше автономии и усилить

конкуренцию.

Однако новые стандарты продолжают давать противоположный эффект. Обстановка оказалась более проблематичной, чем была раньше.

Дилеры жалуются, что с введением правил они столкнулись со следующим:

- уменьшилась прибыль дилеров;
- ужесточились стандарты производителя;
- увеличились административные расходы и расходы на обучение;
- увеличились требования продаж, выполнение которых дает бонус от автопроизводителя.

На практике выяснилось, что мелкие дилеры вынуждены уходить из бизнеса.

Новые стандарты увеличили расходы дилеров, но не продажи автомобилей.

Не помогают даже мультибренды (под одной крышей). В результате только крупные, материально независимые дилеры могут воспользоваться предоставленной ЕС свободой торговли.

Правила BER, вступившие в силу в октябре 2003 г., закончились в мае 2010 г. Нужно было решать: обновлять, модифицировать либо отменять эти правила совсем.

В правилах, утвержденных Еврокомиссией и действовавших семь лет (с 2003 по 2010 г.), много спорных вопросов, но их будущее оценивается разными сторонами по-разному.

К этому времени два срока на посту еврокомиссара по защите свободной конкуренции в ЕС для Марио Монти закончились. Но в 2010 г. Монти, по просьбе президента Евросоюза Мануэля Баррозу, был привлечен для составления доклада «О будущих условиях продаж в странах общего рынка», который должен был завершить начатые реформы правил торговли на рынке стран ЕС.

Одобренный Европейским союзом доклад был опубликован 13 апреля 2011 г., предлагал 12 поправок и должен был дать «новый толчок» европейской экономике. Обсуждение поправок продолжалось до 2013 г.

Дилеры, например, считают, что отмена BER делает неопределен-

ным их будущее, чего они опасаются, так как во многих случаях дилерство – это семейный бизнес. После кризиса в автомобильной отрасли 2007–2009 гг. многие пострадавшие дилеры стали возвращаться к прежнему уровню продаж. Во время кризиса дилеры вынуждены были заниматься диверсификацией своего бизнеса, стараясь уменьшить зависимость от пострадавших в этот период брендов.

Дилеров поддерживает CECRA – Европейский совет по автомобильной торговле и ремонту. Эта организация придерживается мнения, что правила BER необходимо оставить в силе и на дальнейший период, так как они дают определенные привилегии дилерам.

Другое мнение у ACEA – Европейской ассоциации автопромышленников. В ассоциации считают, что BER выполнил свою роль и не нуждается в продолжении, так как считается (разумеется, неофициально) продилерским.

Важно отметить, что любые соглашения, соответствующие BER, будут удовлетворять условиям новых правил. Таким образом, нет законной необходимости в изменении существующих условий контракта с дилерами. Однако автопроизводители используют факт введения новых правил как коммерческую возможность подготовки новых контрактов с изменениями 2013 г.

Ключевые изменения к правилам BER выглядят следующим образом:

1. Переход от контракта с открытой датой к франшизе с фиксированной датой окончания.

2. В существующих контрактах требования по продаже в принципе согласуются между сторонами (хотя часто под давлением автопроизводителей). В будущем они могут быть просто навязаны.

3. Производители автомобилей смогут выдвигать требования по наличию демзала для своих автомобилей, а также запрещать мультибрендинг.

4. Стандарты по контрактам, ограничения, а также побудительные мотивы во франшизном (эксклюзивном) соглашении расширены. В существовавшем соглашении деятельность дилера связывалась

только с продажей и сервисом. В дальнейшем автопроизводители могут быть связаны и с другими областями бизнеса, такими как продажа поддержанных автомобилей, гарантии, финансовые вопросы, включая штат служащих, а также их зарплату.

5. Ранее производители должны были разъяснять дилерам условия контракта, в настоящее время они не обязаны давать какие-либо объяснения.

6. Производитель автомобилей теперь имеет право вето на передачу дилерства другим лицам, тем самым контролируя условия продажи. Ранее франшиза допускала определенную степень свободы. По новым правилам территория продаж жестко ограничена.

В свое время Еврокомиссия считала, что мультибрендинг может стать «жемчужным зерном» для оживления торговли автомобилями. Этого не случилось.

Сравнительно небольшое количество дилеров заимело разные бренды в своих демзалах. Другие признали это контрпродуктивным, так как объем продаж от этого не увеличился. Как правило, количество продаж определяется возможностями покупателя, а не наличием разных марок в одном месте. Зато возросли накладные расходы дилеров. Ясно, что мультибрендинг может существовать лишь там, где это экономически целесообразно, то есть в небольших населенных пунктах с ограниченным покупательским спросом.

Новые правила торговли отражают стремление ЕС повысить конкурентоспособность автопромышленности, в том числе за счет выравнивания цен между странами. Это требование было ключевым моментом в 1999 г. с введением евро, когда покупатели по всей Европе смогли расплачиваться единой валютой.

Обновленные правила торговли 2013 г. предоставляют всем участникам широкий выбор, оставляя возможности и для конкуренции.

Правда, новые правила 2013 г. все еще остаются источником трения между дилерами и производителями. В коридорах же власти в Брюсселе дебаты, сопровождающие введение новых правил, продолжаются... ■

Многооборотный контейнер

Расширение линейки размеров



Флагманская модель Cooper Zeon CS Sport разработана при непосредственном участии посла бренда Дэвида Култхарда и предназначена для истинных мастеров вождения, так как обеспечивает высочайший уровень управления автомобилем.

Все пять новых размеров – четыре XL и один стандартный – имеют высшую оценку 'A' за сцепление на мокрой дороге. Таким образом, все продукты линейки CS Sport независимо от размера и индекса скорости имеют оценку 'A', что является впечатляющим достижением для производителя шин класса Ultra High Performance.

Улучшенные характеристики управления у новой модели шины Cooper достигаются за счет протектора с центральным жестким ребром, двухслойной покрышки с профилем TRI-ARC, укрепленной вискозным кордом, а также усилителя обода, который обеспечивает высокую поперечную устойчивость и лучшую реакцию на рулевое управление. Кроме того, усилитель обода выполнен из высокодисперсной протекторной смеси с содержанием кремния, что значительно улучшает сцепление на сухой дороге и эффективно отводит воду на мокрой трассе.

CFMOTO by MOTUL

Компания MOTUL объявила о выпуске специальной линейки масел CFMOTO by MOTUL. Россия стала первой страной, в которой будет реализован союз французского и китайского брендов.

Созданию кобрендингового продукта предшествовали жесткие испытания в МАДИ. Тесты были успешно проведены на самых популярных в России моделях квадроциклов CFMOTO – CF625-X6 EFI и CF800-X8 EFI.

В настоящее время предлагаются два продукта серии CFMOTO by MOTUL. Это синтетическое моторное масло с вязкостью 5W40 для мощных двигателей квадроциклов и мотоциклов CFMOTO. Масло соответствует требованиям стандарта JASO MA2 и рекомендовано для круглогодичного использования в условиях жесткой эксплуатации. А также доступное по цене минеральное масло для широкого применения с вязкостью 10W40, предназначенное для сезонного использования в квадроциклах, мотоциклах и скутерах CFMOTO.

В рамках партнерского соглашения MOTUL становится официальным поставщиком смазочных материалов для техники CFMOTO на всей территории России. Кроме того, обе компании планируют сотрудничество в рамках спортивных и маркетинговых мероприятий.



Эффективное решение для транспортировки автозапчастей и компонентов – многооборотный складной контейнер

Nefab RePak

- Быстрая и простая сборка за 30 секунд.
- Прочность и долговечность даже в суровых условиях.
- Служит в течение нескольких лет даже при ежедневном использовании.
- Складывается 1 к 5.
- Штабелирование до 6000 кг на м².
- Температура использования от -40 до +80 С°.
- Любые размеры.



НЕФАБ ПЭКЕДЖИНГ ООО
115035, Россия, Москва,
Садовническая, д. 82, стр. 2
Тел.: +7 (495) 225 93 40
E-mail: info@nefab.ru, www.nefab.ru

NEFAB
www.nefab.ru

Положительный рост



DENSO расширила линейку кислородных датчиков оригинального качества 19 новыми позициями, заменяющими 54 позиции оригинального оборудования и обеспечивающими 60 вариантов применения. С начала года расширенный ассортимент включает новые позиции для популярных моделей Opel, Renault, SAAB и DAEWOO, которые позволяют увеличить охват автомобильного парка Европы до 64%.

Как заверяет компания-производитель, каждый датчик выпускается в соответствии с едиными строгими требованиями, предъявляемыми ведущими автопроизводителями во всем мире, что обеспечивает длительную и безотказную работу лямбда-зондов. Это позволяет заслужить лояльность автовладельцев и построить долгосрочные взаимовыгодные отношения с профессионалами рынка.

Stop

Honeywell Friction Materials представила свою новую линейку тормозных колодок с символическим названием Stop.

По заявлению Honeywell, под брендом Stop предлагаются дорогостоящие тормозные колодки, которые на сегодняшний день являются конкурентоспособными и разработаны для обеспечения безопасности и надежной работы тормозной системы. Новая линейка соответствует требованиям оригинального оборудования, а ее качество и надежность подтверждены множеством часов испытаний.

Новая линейка Stop включает в себя также дополнительные решения для тормозных систем, которые могут быть поставлены в качестве ремкомплектов и наборов.

Отмеченные потребителем

Каждый год на рынке появляется большое количество новинок среди видеорегистраторов, произведенных как известными, так и не очень брендами. Все они оснащаются усовершенствованными технологиями и обогащаются новыми. В связи с этим в Рунете назвали наиболее популярные видеорегистраторы.

На первом месте в рейтинге популярных брендов видеорегистраторов в Интернете оказался Texet. Это российская марка, которая производит планшетные компьютеры, видеорегистраторы, навигаторы, а также другие гаджеты.

На второй позиции рейтинга – бренд Supra. Компания основана в Японии и выпускает практически все виды электронных гаджетов. Ее товар характеризуется как доступный по цене и хороший по качеству.

На третьем месте оказался бренд Prestigio, который производит навигационные системы, автомобильные видеорегистраторы и многое другое.

Новинки AIRLINE



Компания представила две новинки: обогреватель в салон, который работает от прикуривателя, – используется для быстрого прогрева салона автомобиля, оттаивания стекол, обдува в жаркую погоду, также может быть применен в качестве дорожного фена. Устройство оснащено современным керамическим нагревательным элементом, откидной ручкой и подставкой. Второй новинкой стал ионизатор воздуха в прикуриватель – используется для очистки воздуха в салоне автомобиля от неприятных запахов и мелких аллергенных частиц пыли, при регулярном использовании пыль не оседает на поверхности внутри салона. Устройство выполнено в стильном анодированном алюминиевом корпусе и при включении в прикуриватель подсвечивается синим цветом.



Расширение ассортимента



Magneti Marelli Aftermarket объявила о расширении предложения газовых упоров. В ассортимент было добавлено 220 позиций для грузовых автомобилей и автобусов, обеспечивающих свыше 3900 применений. Новые позиции предназначены для NEOPLAN, VOLVO, IVECO, DAF, EVOBUS, MAN, SCANIA, SETRA и др. Все газовые упоры отличаются длительным сроком службы, отличными рабочими характеристиками в широком диапазоне температур.

Также компания представила новый каталог «Газовые упоры Trucks & Buses 2014», который доступен как в печатном виде, так и в формате PDF (каталог можно скачать на сайте компании). Наряду с таблицами применимости каталог содержит таблицы взаимозаменяемости деталей, рисунки, техническую информацию. Информация о газовых упорах HD будет доступна в версии TecDoc с апреля текущего года.

Огромный вклад

19 марта компания Castrol отметила 115 лет со дня основания. Основатель компании Чарльз Вейкфилд, получивший патент на формулу смазки для паровых двигателей, стремился работать на опережение желаний потребителей. Он ясно понимал, что каждому автомобилю требуется превосходная защита. Тогда началось сотрудничество с предприятием Генри Форда, и вскоре были налажены поставки моторных масел для первого автомобиля серийного производства.

Отрасль автомобилестроения развивалась очень быстро, и линейка продуктов Castrol становилась все шире. Компания постоянно создавала новые моторные масла. В частности, именно компания Castrol первой дополнила состав моторных масел комплексом антикоррозионных, антиокислительных и противоизносных присадок и успешно запатентовала эту идею. Первым устойчивым к холоду маслом также стал продукт Castrol, представленный в 1948 г., а два десятилетия спустя компания произвела очередную революцию, выпустив всесезонное масло Castrol GTX.

На сегодняшний день Castrol поддерживает свое технологическое лидерство, сотрудничая с ведущими исследовательскими институтами мира. Компания располагает сетью собственных технологических центров. Они находятся в восьми странах и не только разрабатывают новейшие смазочные материалы, но и активно взаимодействуют с автопроизводителями и потребителями. Castrol поддерживает развитие спорта и сотрудничает со многими командами мирового уровня, в числе которых чемпионы различных гоночных серий.

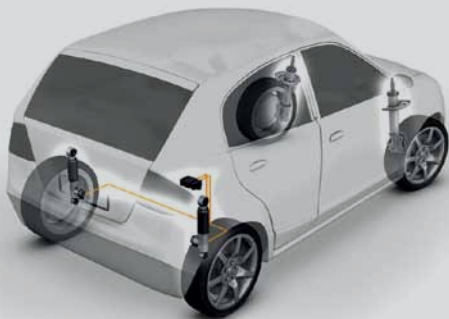


SUPER FLAT

ГАРАНТИЯ ОТЛИЧНОГО РЕЗУЛЬТАТА



Мировая премьера амортизаторов



Усовершенствованная система электронной регулировки жесткости амортизаторов CDC ZF Friedrichshafen устанавливается на новый универсал Honda Civic Tourer в серийном производстве. Амортизаторы CDC для обоих мостов уже не первый год пользуются успехом. Сейчас появилось специальное исполнение для легковых автомобилей компактного класса и малолитражных автомобилей, а также для вэнов. На задний мост Honda Civic Tourer модельного ряда 2014 года устанавливается усиленная система CDC 1XL.

Система амортизаторов с электронной регулировкой жесткости минимизирует воздействие сильных колебаний при нагрузке на заднюю ось. Блок управления анализирует данные о состоянии дорожного полотна, загрузке, скорости и управляемости автомобиля, получаемые от встроенных датчиков, и в доли секунды задает оптимальные характеристики демпфирования. Это происходит благодаря пропорционально действующим клапанам с электронным управлением, которые сужают либо расширяют поток масла в корпусе амортизатора, обеспечивая тем самым более жесткое или более мягкое демпфирование. Взаимодействие датчиков, управляющих программ и технических устройств превращает CDC 1XL в целостную систему.

Дополнительные комплектующие

General Motors объявила о дополнительном отзыве 1,55 млн седанов, фургонов и внедорожников из-за неполадок в работе тормозной системы, ремней и подушек безопасности. Эта кампания будет проводиться в дополнение к предыдущему отзыву 1,5 млн авто из-за дефекта в замке зажигания.

Производитель заявляет о том, что на устранение неполадок только в первом квартале текущего года будет выделено 300 млн долл. По словам нового главы концерна Мэри Барри, производитель автокомпонентов Delphi Automotive специально запустит дополнительную линию по выпуску комплектующих, необходимых для проведения отзывной кампании.

Академия Castrol Magnatec

Компания Castrol запустила масштабный проект «Академия Castrol Magnatec», предназначенный для автовладельцев, которые хотят быть уверены в безупречной работе двигателя. Проект создан для тех, кто заботится о своем автомобиле и стремится поддерживать его в отличном состоянии. Для того чтобы обеспечить корректную работу двигателя, необходимо знать, какие факторы могут на нее повлиять и на что следует обращать внимание владельцу, в том числе и как правильно подобрать моторное масло. Посетители сайта могут проверить уже имеющиеся у них знания и приобрести новые: обучающие модули «Академии Castrol Magnatec» шаг за шагом помогают разобраться в тонкостях, связанных с подбором и эксплуатацией смазочных материалов.

Обучение проходит в форме квеста, и для того, чтобы получить доступ к следующему заданию, пользователь должен правильно ответить на предыдущий вопрос. Каждый из интерактивных модулей посвящен отдельной теме: функции моторного масла, сроки его замены, различия между разными видами смазочных материалов и т.д. В разделе «Медиа» размещены обучающие видеоматериалы, рассказывающие о различных аспектах производства и эксплуатации моторных масел и развеивающие самые распространенные заблуждения о них. Для зарегистрировавшихся на сайте Академии компания предоставляет бонусы.

Крупные инвестиции

В строительные работы на территории особой экономической зоны «Алабуга» с начала года было вложено 388,569 млн рублей, из которых 63 млн – в марте.

На территории ОЭЗ сейчас работают 19 субподрядных организаций с общим штатом 465 человек. Они вместе с генеральным подрядчиком «Камгэсэнергострой» прокладывают сети теплоснабжения вдоль дороги Ш-1, кабельные линии 110 кВ и 10 кВ. На строительстве парка автокомпонентов «Синергия» монтируются сети электроснабжения, слаботочные сети, системы пожаротушения.



Радиатор и интеркулер



По заказу «Группы ГАЗ» компания LUZAR с начала 2013 г. вела разработку блока охлаждения (радиатор + интеркулер) для автомобилей «ГАЗель-Next». Компания закончила этап проектирования и успешно провела ходовые испытания радиатора охлаждения и охладителя наддувочного воздуха для этого популярного российского LCV. С марта текущего года данные радиаторы производятся серийно.

Полный контроль

Компания HipDriver предлагает пользователям приложение, которое представляет собой полноценную автомобильную сигнализацию. Все, что нужно для того, чтобы воспользоваться новым сервисом, – это телефон на базе Android, Интернет и непосредственно само приложение.

Альянс этих несложных составляющих представляет собой современную сигнализацию, которая информирует владельца авто об угоне, эвакуации, снятии колес и ударе.

Для того чтобы привести в действие подобную систему информирования о произошедшем с вашим автомобилем, нужно скачать приложение HipDriver, зарегистрироваться и оставить телефон в машине. Включить охрану на телефоне можно вручную, задав необходимый временной интервал. Также активировать охрану можно и дистанционно, просто позвонив на смартфон. В личном кабинете вы всегда сможете получить информацию о местонахождении своего авто, оставшемся заряде аккумулятора, уровне связи, состоянии автосигнализации. В случае тревоги вы всегда можете послушать, что происходит в салоне машины, отправив пустое СМС.

Падение продаж не пугает

Российский «Русал» и израильская «Омен» готовы инвестировать 20 миллионов долларов в новое производство автокомпонентов в Ленинградской области.

Компании подписали соглашение о создании совместного предприятия. Разместится оно на площадке Волховского алюминиевого завода и по плану должно начать выпуск в конце текущего года. На первом этапе предприятие будет поставщиком второго уровня, его продукцию будут использовать поставщики автозаводов. Необходимость создания собственного цикла по производству автокомпонентов очень актуальна для Северной столицы.

СТАРТ
СЕЗОНА

HEYNER[®]
Germany

Болты-секретки
StillBull 650



Защита колес и шин от кражи

HEYNER[®] предлагает Вам высококачественную продукцию для замены колес и шин.
HEYNER-PRO.com



PREMIUM QUALITÄT
FÜR AUTOMOBILE



Твердый свет

Говорят, что Олег Лосев первым (еще в 1923 г.) обнаружил свечение р-п-перехода во время ночных дежурств за детекторным приемником в Нижегородской радиолaborатории. (Очень хочется, чтобы Россия была не только родиной слонов.) Другие, основываясь на публикации в «Electrical World», утверждают, что это произошло еще раньше, в 1907 г., и сделал это английский ученый Генри Джозеф Раунд, ассистент Маркони.

Александр Шубин

Однако по большому счету это абсолютно все равно. Свечение, неоднократно обнаруживаемое в первой половине прошлого века как побочное явление в некоторых опытах, поначалу ничего, кроме недоумения, не вызывало, поскольку еще не было даже сколь-нибудь развернутой теории

твердого тела, которая позволяла бы понять, откуда берется свет в твердом кристалле. А значит, не было возможности описать, подвести под это свечение теоретическую основу и в конце концов оптимизировать до возможности промышленного использования.

Генри Раунд всю жизнь посвятил другим исследованиям.

Олег Лосев умер в блокадном Ленинграде.

Дальше констатации факта наличия свечения никто из довоенных исследователей не продвинулся. Шел период первоначального накопления данных.

И в 50-х гг., после создания транзистора, уже имея в своем распоряжении теоретическую базу, свечение полупроводникового р-п-перехода (светоизлучающий диод или светодиод) открыли заново.

Причем не только открыли, но и сумели оптимизировать этот процесс настолько, что стали возможны его техническое использование и промышленный выпуск светодиодов.

Отцом современного светодиода считают американского ученого Ника Холоньяка – исследователя компании General Electric, который в 1962 г. предъявил миру имеющий в ту пору довольно низкую эффективность красный светодиод. Время одиночек-изобретателей прошло. В США уже лет десять работало несколько очень серьезных исследовательских центров по исследованию «свечения Лосева», и Холоньяк оказался всего лишь на шаг впереди остальных.

Светодиоды первого поколения вскоре стал выпускать НР из материалов компании Monsanto.

Однако светодиод светодиоду рознь. Развитие этого устройства шло сразу по нескольким направлениям. Его путь от

сигнального элемента до пикселя матрицы плоских экранов мониторов, телевизоров и телефонов – это одна магистраль прогресса.

Появление осветительных приборов с использованием светодиодных источников света – совершенно иная колея.

Посмотрим чуть-чуть подробнее именно на этот, второй вариант развития.



В течение последних лет световая отдача белых светодиодов увеличилась в экспериментальных образцах до поразительных 200–250 люменов на ватт, и тенденция увеличения отдачи сохраняется. Но вначале ничего, кроме довольно тусклого красного светодиода, не было. И нужно было изобрести и освоить производство светодиодов других цветов, одновременно повышая их световую отдачу.

Желтые, оранжевые и зеленые светодиоды появились в 1971 г., но яркость их оставляла желать лучшего.

И лишь в 1993 г. японский ученый Суджи Накамура в содружестве с Нарухито Иваси и Масаюки Сено (Nichia Chemical Company) разработали ярко-синий и очень эффективный зеленый светодиод. Это были не ученые-одиночки, а люди, которые возглавляли исследовательские коллективы, работавшие уже полтора десятка лет.

Диоды компании Nichia открыли путь к созданию светодиодных источников света, поскольку их яркость была сравнима с лампами накаливания. В конце 90-х гг. светодиоды начинают заменять окрашенные лампы накаливания.

Согласно теории и практике могут быть только монохромные светодиоды, белых не бывает в принципе. Однако белые светодиодные источники света известны с середины 90-х гг. Это был гибридный светодиод и люминесцентной лампы. Ярко-синий светодиод покрывался люминофором, состав которого подбирали таким образом, чтобы результирующий свет, складывающийся из синего излучения светодиода и излучения, преобразованного люминофором, был близок к дневному.

Собственно, именно такие светодиоды (их называют люми-



нофорными) сейчас можно видеть в дневных ходовых огнях и других осветительных приборах современных автомобилей.

Есть и другой путь создания светодиодного источника света. Красный, зеленый и синий (RGB) являются основными цветами, путем сложения которых можно получить любые другие цвета, в том числе и белый. Значит, если в одну точку, по одному лучу направить свет красного, зеленого и синего светодиодов, то можно получить белый свет. Первые, еще очень примитивные светодиодные источники света, используются в 1997 г.

В 2005 г. производятся первые светодиодные кластеры, светотдача которых превышает 1000 лм (обычная 60-ваттная осветительная лампочка дает не более 800 лм). Это позволило использо-

проектируемых автомобилей. Светодиодное исполнение получили стоп-сигнал, противотуманный фонарь, фары заднего вида, габаритные огни, указатели поворота и дневные ходовые огни...

Обратите внимание, речь идет о новых автомобилях, для которых световые приборы (фонари) с самого начала спроектированы с учетом использования светодиодных источников света. Как бы ни хотелось использовать светодиоды для тюнинга автомобилей, это желание упирается в правовые ограничения.

Дело в том, что последнее время компании, производящие источники света, вышли на рынок со светодиодными источниками света, предназначенными для замены ламп накаливания и имеющими тот же цоколь, что и лампы накаливания. С точки зрения взаимозаменяемости эти

Правило №37, нельзя ставить светодиодные лампы в «официально утвержденные огни механических транспортных средств и их прицепов» по той простой причине, что они не соответствуют ряду положений этого правила.

В скобках отметим, что Правило ЕЭК ООН №37 имеет другое название – ГОСТ Р 41.37-99: «Едиобразные предписания, касающиеся официального утверждения ламп накаливания, предназначенных для использования в официально утвержденных огнях механических транспортных средств и их прицепов», а Правило ЕЭК ООН №128 носит аналогичное столь же длинное название, которое без какого-либо ущерба можно опустить.

Чтобы понять, куда ставить нельзя, уточним в нормативных документах список «официально утвержденных огней...». (Этот

изначально предназначенных для работы со светодиодами. Например, можно использовать противотуманную фару, спроектированную для работы со светодиодными источниками света, но нельзя поставить альтернативный светодиодный источник света в цоколь фонаря, предназначенного для лампы накаливания. Светодиодные источники света с цоколями обычных ламп предназначены для освещения салона, багажника, подкапотного пространства, и их можно использовать в других местах, не относящихся к «официально утвержденным».

Несмотря на то что цена мощных светодиодных источников, сила света которых сравнима со светом ламп головного освещения, непомерно высока, это не остановило любителей всего нового. Эру использования светодиодов в головных фарах еще



вать светодиоды для освещения бытовых, офисных и производственных помещений, что резко повысило спрос на эти устройства, вследствие которого выросло число производителей осветительных светодиодов. Главные из них: Nichia, Cree, Osram, Lumileds, Ring Brite, Toyoda Gosei, Cotco...

И, тем не менее, фундаментальные исследования и поиск более эффективных устройств продолжают. Эксперты считают, что к 2020 г. светодиоды станут самым распространенным источником света в жилых домах и офисах.

Светодиодные источники света уже сегодня полностью вытеснили лампы накаливания в освещении салона и внешних фонарях вновь

лампы могут быть использованы везде, где есть соответствующий цоколь.

Пояснить правомерность использования такой альтернативы мы попросили Надежду Алексеену Володину, профессора, доктора технических наук, заместителя директора по сертификации ФГУП «Научно-исследовательский и экспериментальный институт автомобильной электроники и электрооборудования», эксперта ЕЭК ООН, эксперта РФ.

Вот что она рассказала: «Существуют два международных правила: Правило ЕЭК ООН №37 относительно ламп накаливания и Правило ЕЭК ООН №128 относительно светодиодов. Согласно

список есть даже в ПДД.) К ним относят все внешние огни автомобиля (кроме повторителя стоп-сигнала и повторителей указателей поворота на зеркале)...

На вопрос: «Правильно ли я понял, что автомобиль с установленными в его «официально утвержденными огнями...» альтернативными светодиодными источниками света не сможет пройти технический осмотр?» – был ответ: «Да, такой автомобиль обязательно не пройдет технический осмотр, согласно указанным выше правилам».

Если короче, то при световом тюнинге автомобиля светодиоды могут быть использованы только в «официально утвержденных» световых приборах (фонарях),

в 2007 г. открыл Lexus LS 600h, а в прошлом году, начиная с Seat Leon, полностью светодиодные фары стали устанавливаться на автомобили среднего класса.

И, тем не менее, использование светодиодов для дальнего и ближнего света порождает массу вопросов. Кто-то из экспертов и исследователей считает, что это трудности роста, которые скоро будут устранены, а кто-то думает, что на подходе другое, более эффективное решение. Так или иначе, эксперты пока не могут однозначно сказать, что придет на смену фарам дальнего и ближнего света. Но вариантов здесь не так много, мы их обсудим в следующий раз. ■

Правильные технологии



Технологии Delphi Automotive PLC улучшают комфорт и снижают расход топлива и уровень вредных выбросов новой модели Ferrari – California T.

Благодаря использованию нового алгоритма программного обеспечения, легковесного модуля двухзонального климат-контроля Delphi, конденсора и компактного компрессора с изменяемой производительностью комфорт пассажиров Ferrari обеспечивается без потери мощности двигателя.

Delphi разработала всю систему, которая обеспечивает правильное функционирование электрических и электронных систем новой California T. Используя все свои знания и опыт, Delphi создала оптимизированную схему, включая жгуты проводов и источники питания, которые значительно потеряли в весе, что также способствует снижению выбросов и расхода топлива.

Ориентация на потребителя

«НГК Спарк Плагс (Евразия)» на прошедшей дистрибьюторской конференции с участием партнеров из различных городов России объявила о запуске на российском рынке программы лояльности «NGK Плюс», ориентированной на сотрудников станций технического обслуживания автомобилей.

Положительное отношение потребителей к компании, ее бренду, товарам и услугам является неотъемлемым условием для успеха и процветания любого бизнеса. И, как заявляют представители компании, на протяжении всего многолетнего периода существования фирмы клиенты являются основным объектом внимания и заботы. NGK для поддержания тесной связи с клиентами и партнерами организует регулярные мероприятия, акции, семинары и тренинги.

Новая программа «NGK Плюс», ориентированная на станции технического обслуживания, – важный и перспективный сегмент российского рынка автокомпонентов. Программа предлагает участникам возможность набирать баллы за покупку и использование продукции NGK/NTK и обменивать их на призы. Простые и понятные алгоритмы, а также удобный интерфейс сайта обещают обеспечить сотрудникам независимых СТО не только материальное вознаграждение, но и приятные эмоции от участия в программе.

3 в 1:

противотуманные фары +
дневные ходовые огни +
поворотный свет



LEDDriving® FOG



- Не имеет аналогов
- LED: яркий дизайн и энергоэффективность
- Замена ПТФ диаметром 90 мм
- Большой срок службы

OSRAM



Шиномонтажная расходка

С наступлением весны активизируется шиномонтажный бизнес. Поэтому это время обычно становится временем пополнения запасов шиномонтажных расходников.

Денис Ютапов

«Грибки»

Среди всех шиномонтажных расходников первое место по частоте использования занимают так на-

зываемые «грибки» – комбинированные заплатки в форме грибов с острой ножкой и объемной шляпкой, которыми заделываются точечные проколы покрышек.
Андрей Шумилин, генеральный директор Vilse.ru:

– Грибки позволяют повысить качество и ускорить ремонт всех типов шин. Их ножка и шляпка покрыты специальным вулканизационным слоем, благодаря чему происходит надежная вулканизация грибка и покрывки как внутри повреждения, так и по внутренней поверхности шины.

Несмотря на свою распространенность в сервисе, грибки позволяют заделывать далеко не все повреждения. Во-первых, существуют ограничения по размеру повреждения. Оно должно быть небольшим. Максимум 6 мм для легковых машин, 10–12 мм – для грузовых. А для скоростных легковых шин это значение оказывается в два раза меньшим. Второе ограничение связано с местом повреждения: грибками можно ремонтировать только рабочую часть колеса, ту, на которую нанесен протектор. Для боковых повреждений грибки не используются.

Принципиально грибки бывают двух основных типов. Нераздельные используются в том случае, если необходимо устранить прокол, направленный строго перпендикулярно к плоскости покрывки. Если же наклон прокола превышает 25 градусов, в этом случае используется раздельный грибок: сначала устанавливается «ножка», и потом уже к ней прикрепляется «шляпка».

Удобство грибка для сервиса заключается в том, что для его установки не требуется никакое специальное оборудование, так как он оснащен специальной установочной проволокой.

Технология установки грибков достаточно проста. Сначала производится зачистка внутренней поверхности шины в месте повреждения. Для этого удобно использовать специальное оборудование.

Андрей Шумилин:

– Для подготовки прокола к ремонту используются карбидные фрезы. Начинается процедура с того, что определяется и отмечается мелом место повреждения снаружи и внутри шины. Естественно, удаляется тот предмет, который повредил шину. Затем с помощью

специального спирального напильника определяются угол повреждения и его размер. Как уже говорилось, в том случае, если угол повреждения превышает 25 градусов, используется составной грибок.

Затем подбирается заплатка нужного размера. **Роман Проскурин, технический директор «Форсаж»:**

– Размер грибков определяется в зависимости от размера и диаметра повреждения. Грибок должен быть таким, чтобы диаметр его ножки был на 1–2 мм больше размера повреждения.

На внутренней поверхности шины мелом отмечается граница

абразивным инструментом при скорости вращения не более 2500 об/мин. Затем резиновая крошка, оставшаяся после шлифовки, удаляется при помощи пылесоса или мягкой щетки.

Все, после этого можно приступить к установке грибка. Для этого отверстие под ножку грибка обрабатывается при помощи спирального напильника. Напильник на какое-то время так и остается в отверстии. А клей наносится еще и на поверхность в том месте, где будет установлена шляпка грибка. Выдерживается 3–5 минут. После чего устанавливается грибок. Нужно снять с него защитную пленку, не касаясь при этом руками адге-

ремонтная шина готова к эксплуатации.

При наличии определенной сноровки на все эти операции у опытного шиномонтажника уходит менее десяти минут, и это с учетом выдержки клея. Именно благодаря простоте и скорости ремонта грибки получили такое широкое распространение на рынке.

Сейчас эти материалы есть в линейках всех поставщиков шиномонтажной расходки. Выбор огромен. Есть и европейских, и отечественных, и китайских производителей. Естественно, цена также очень сильно разнится.

Андрей Шумилин:

– Производителей много, как импортных, так и отечественных. Европейские материалы считаются премиальными. Их цена может отличаться от цены дешевых грибков раза в три. При этом, если приклеить дешевый отечественный грибок с соблюдением всей технологии, он будет отлично держаться.

Тем не менее лучше все-таки не скупиться и брать не самые дешевые грибки.

Роман Проскурин:

– Лучше все-таки брать известные бренды. При том что по качеству самой заплатки большой разницы не будет вне зависимости от того, использовался ли европейский материал или китайский. Но вот с точки зрения удобства в работе разница может быть существенной. На самом деле из-за этого зачастую экономия оборачивается потерями. Низкокачественные мягкие грибки не всегда удается установить с первого раза. И в результате может получиться так, что, купив заплатки по дешевке, шиномонтаж в итоге потратит их больше, и кажущаяся выгода в итоге обернется потерями и по деньгам, и по израсходованному времени рабочих.

Грибки обязательно должны быть в наличии у каждого шиномонтажа. Причем для того, чтобы закрыть все возможные повреждения, легковому сервису потребуется ассортимент как минимум из четырех наимено-



области, которую затем нужно будет подготовить к установке заплатки. Эта область должна по диаметру на 20–30 мм превышать размер шляпки. После чего начинается очистка рабочей поверхности шины.

Андрей Шумилин:

– Сначала ремонтируемый участок очищается с помощью скребка и специального препарата (он называется буферным очистителем). Затем высверливается отверстие под ножку грибка. Это удобнее делать с помощью низкооборотной – до 2500 об/мин – дрели. Высверливание следует начинать с внутренней стороны покрывки. После чего рабочая поверхность вновь очищается с помощью очистителя и шлифуется

живного слоя. Извлечь спиральный напильник из отверстия. И ввести в него с внутренней стороны шины металлический кончик ножки грибка. Затем с помощью плоскогубцев ножка грибка вытягивается на поверхность шины. Шляпка грибка прикатывается роликом от центра к краям. Затем снимается защитная пленка с наружной поверхности шляпки и шляпка еще раз прикатывается роликом – тоже от центра к краям.

Кромка шляпки и зачищенная поверхность шины обрабатываются герметиком внутреннего слоя. Выступающую часть ножки грибка на расстоянии 2–3 мм от поверхности шины обрезают. Проверяется место ремонта на герметичность. Ну и все. От-

ваний – два размера каждого из двух типов заплаток, разъемных и неразъемных. Размер грибков в этом случае может быть 6 мм и 9 мм. Этого должно хватить практически для всех легковых шин. Тем же, кто занимается коммерческой техникой, ассортимент придется расширять за счет заплат большего размера.

Кроме грибков в ассортименте каждого шиномонтажа должны быть также кордовые заплатки.

Заплатки

Такие заплатки предназначены для ремонта боковой поверхности шин. Заплатки имеют конструкцию, которая позволяет им выдерживать высокие механические и тепловые нагрузки. Их армирующий слой сформирован таким образом, чтобы обеспечить высокую гибкость заплатки при сохранении прочности, способной выдержать нагрузки на колесо во время его эксплуатации.

В зависимости от того, для каких шин и для какого способа ремонта они предназначены, такие заплатки могут делиться на несколько категорий. Так, разные заплатки используются для ремонта диагональных и радиальных шин. Кроме того, разные заплатки могут исполь-

зоваться для горячей и холодной вулканизации.

В зависимости от типа шин подбираются заплатки с одним или двумя слоями корда. Двухслойные заплатки устанавливаются на шины с высоким индексом скорости.

Кроме того, при выборе заплатки для конкретного колеса одним из главных критериев становится размер повреждения. У производителей заплат, как правило, есть таблицы, которые упрощают их подбор по размеру повреждения.

Что касается выбора производителей, то, как и в случае с грибками, выбирать придется из большого количества брендов. Причем стоимость премиальной продукции опять же будет в разы отличаться от дешевых образцов. Однако в случае с заплатками вестись на дешевизну было бы неправильным – начинать выбор имеет смысл лишь со среднего ценового диапазона. Низкокачественными дешевыми заплатками надежно починить шину практически невозможно. При этом речь не обязательно идет об импортных материалах. Большинство отечественных заплат имеют вполне приемлемое качество, при том что стоят они существенно меньше западных аналогов. Технология же ремон-



та с помощью кордовых заплат выглядит следующим образом.
Андрей Шумилин:
– *Начинается все с того, что определяется место прокола и отмечается мелом. Затем при помощи абразивного инструмента и низкооборотной дрели со скоростью вращения не более 2500 об/мин удаляется покровная резина вокруг повреждения снаружи шины и стенки кратера закругляются в виде воронки в резине, края которой должны отстоять от краев повреждения как минимум на 20 мм, а глубина – не доходить до каркаса шины на 1–1,5 мм. Потом вокруг повреждения инструментом наносится фаска. Образовавшиеся при этом резиновая крошка и остатки корда при помощи пылесоса или мягкой щетки удаляются. И на обработанные места внутри и снаружи шины наносится клей для горячей вулканизации. Он выдерживается в течение 15–30 минут (в зависимости от температуры и влажности в помещении) до высыхания. За это время выбирается в соответствии с размером кратера повреж-*

дения кусок сырой резины и нарезается небольшими полосками. После чего резину на подогревателе для сырой резины нагревают до 60–70 градусов, заполняют ею повреждение и тщательно прикатывают роликом каждый слой для удаления воздуха. Сырая резина должна выступать снаружи и внутри шины.

После чего производится вулканизация. Для этого шина устанавливается на вулканизатор так, чтобы центр повреждения совпадал с центром нагревательных элементов. Нагревательные элементы вулканизатора должны полностью перекрывать заполненную сырой резиной воронку. Время вулканизации при температуре 15 градусов рассчитывается из расчета 1 мм резины – минута вулканизации. При использовании же выравнивающей подушки к нему нужно будет прибавить один час.

После окончания вулканизации отремонтированная поверхность заклеивается заплаткой.

Андрей Шумилин:
– *Предварительно поверхность внутри шины очищается при*

помощи очистителя, обрабатывается абразивным инструментом. Затем на нее наносится клей. Он 10–15 минут сохнет. И на обработанную таким образом поверхность накладывается заплатка так, чтобы ее центр совпал с центром повреждения. Она прикатывается роликом от центра к краям. Еще края пластыря и защищенная изнутри поверхность шины обрабатываются герметиком внутреннего слоя. После чего колесо монтируется и накачивается до 1 атм. Излишек резины в месте ремонта удаляется. Колесо выдерживается 2 часа при температуре не ниже 18°C. После этого шину можно устанавливать на автомобиль.

Заплатки и грибки являются основными стандартными средствами ремонта. Однако кроме них в шиномонтажных мастерских используются, причем с каждым годом во все большей степени, так называемые жгуты.

Жгуты

Жгуты – это приспособления в первую очередь для экстренного ремонта шин. Изначально они создавались как средство для экспресс-ремонта. С их помощью можно отремонтировать колесо на дороге. Однако в последнее время их стали широко использовать и в шиномонтажных мастерских.

Жгуты считаются менее надежными, чем комбинированные заплатки. Однако, по заверениям наших экспертов, при соблюдении технологии и использовании качественных жгутов результаты ремонта с их помощью оказываются вполне приемлемыми для того, чтобы предлагать их клиентам в качестве варианта быстрого и дешевого ремонта.

Роман Проскурин:

– По надежности жгуты считаются хуже грибков, однако на практике такие заплатки оказываются достаточно надежными, и люди зачастую

спокойно доезжают на них до конца сезона.

Жгуты бывают нескольких разных типов. Усиленные жгуты можно использовать для ремонта проколов бескамерных шин в любой зоне. Их конструкция обеспечивает гибкость и эластичность при сохранении высокой прочности. Усиливающий корд распределен по всему сечению жгута и полностью пропитан резиной для обеспечения герметичности. Внешний вулканизирующий слой позволяет жгуту ввариваться в шину, герметично заполняя все трещины. Они могут использоваться для ремонта всех типов бескамерных шин.

Второй тип жгутов – шнуровые. Такие жгуты используются для ремонта шин в зоне протектора. Это самый популярный материал для ремонта проколов бескамерных шин. Изготовленные из синтетического корда, пропитанного бутилкаучуком, эти жгуты достаточно прочны,

и их можно устанавливать на любых типах шин.

В идеале шиномонтажной мастерской имеет смысл держать у себя в запасе оба типа жгутов. При этом при их покупке, как и в случае с заплатками, ориентироваться стоит на средний или высокий ценовой диапазон. Только качественные жгуты позволяют ремонтировать шины на маломагистерской постоянной основе. Жгуты дешевле – это однозначно экстренный вариант, который можно использовать разве что в дорожных условиях, чтобы суметь дотянуть до ближайшего шиномонтажа. Соответственно, предлагать такие жгуты своим клиентам профессиональный шиномонтаж однозначно не вправе.

К премиальным жгутам относятся изделия европейских – в первую очередь немецких и итальянских – производителей. Их изделия гарантированно будут высокого качества. Но, покупая их, нужно понимать, что переплачиваешь за бренд.



Беспроводной стенд сход-развала
LAUNCH X 631 275 000 рублей

Официальный Дистрибьютор LAUNCH Co. Ltd

SILVERLINE



Сканер **LAUNCH X431 PRO**
54 900 рублей

Звоните прямо сейчас на БЕСПЛАТНУЮ горячую линию LAUNCH - 8-800-700-54-63 и получайте специальную цену!

Сэкономить можно, выбрав жгуты отечественного производства. По стоимости они обычно в полтора-два раза дешевле западных аналогов. А качество большинства отечественных изделий вполне приличное. Что же касается Китая, то тут очень много шансов нарваться на некондицию. В Поднебесной огромное количество кустарей выпускают сомнительную продукцию, в которой настоящий качественный индустриальный «китай» откровенно тонет. Поэтому покупать китайские жгуты можно разве что у проверенных поставщиков, гарантирующих подлинность и качество своего товара.

Что касается технологии установки жгутов – она следующая.

Усиленными жгутами производится ремонт сквозных повреждений бескамерных шин размером до 6 мм. Ремонт может производиться по протекторной части и на боковине бескамерной диагональной или радиальной с металлокордом в брекере шины. Причем осуществлять такой ремонт можно без демонтажа колеса. Выглядит это так: определяем и отмечаем мелом место повреждения. Доводим давление в шине до 1–1,5 атм. Удаляем предмет,

повредивший шину. Определяем направление повреждения и очищаем повреждение при помощи спирального напильника. И им же обрабатываем повреждение, вращая инструмент в отверстии по часовой стрелке. Эта операция повторяется три раза. Для ускорения процесса и получения более качественного результата для обработки повреждения можно воспользоваться фрезой диаметром до 6 мм и низкооборотной дрелью (до 2500 об/мин). Когда поверхность и отверстие прокола будут подготовлены, спиральным напильником, вращая его по часовой стрелке, наносим в отверстие клей, после чего так же, как было при ремонте с помощью грибка, оставляем напильник в отверстии. Снимаем защитную пленку с адгезивного слоя жгута, стараясь при этом касаться жгута только за самый кончик. Вставляем жгут в прорезь шила таким образом, чтобы его концы были на одинаковом расстоянии от прорези. Либо возможно закрепление жгута в прорези шила только за кончик. Промазываем жгут клеем. Вынимаем напильник из отверстия, вращая его по часовой стрелке, и располагаем кончик

шила со вставленным жгутом напротив отверстия. Плавно, с постепенно нарастающим усилием, вводим жгут в отверстие под тем же углом, что и подготовленное отверстие. После того как жгут войдет в отверстие, вынимаем из него шило, не вращая его. Жгут при этом остается в отверстии. Накачиваем шину и проверяем ее на герметичность. Если будет обнаружена утечка, придется вставить еще один жгут. Если же нет, срезаем концы жгута на уровне 2–3 мм от поверхности шины. И возвращаем колесо на автомобиль.

Технология ремонта шнуровыми жгутами аналогична описанной. С той только разницей, что перед установкой в отверстие жгут можно не промазывать клеем.

Все эти расходники используются для ремонта шин. Следующий тип материалов применяется для другой цели – для балансировки колес.

Грузики

В зависимости от того, для каких колес предназначаются грузики, они могут быть одного из трех типов. Во-первых, они бывают набивные, бывают самоклеящиеся. Самоклеящиеся, как правило, используются при

балансировке премиальных колес для того, чтобы не поцарапать их. Но в принципе такие грузики можно использовать с любыми колесами. Набивные же могут устанавливаться как на обычные, так и на литые колеса – при условии, что края обода позволяют устанавливать на них грузики.

Андрей Шумилин:

– Набивные грузики могут быть рассчитаны на эксплуатацию либо со стальными, либо с литыми колесами. Отличаются они скобой, за которую они прикрепляются к колесам.

При выборе грузиков нужно быть крайне осторожными и не экономить, покупая низкосортные изделия. Ошибиться здесь можно очень легко. Во-первых, вес низкосортного грузика может отличаться от указанного, что окажется помехой для правильной балансировки колес. Ну и второй момент – иногда мастерские сталкиваются с плохими скобами, которые либо не способны обеспечить надежного крепления на колесе, либо же – что еще хуже – царапают дорогие колеса. Поэтому покупать имеет смысл либо грузики именитых западных производителей, либо – у надежных продавцов, способных гарантировать качество своего товара. ■

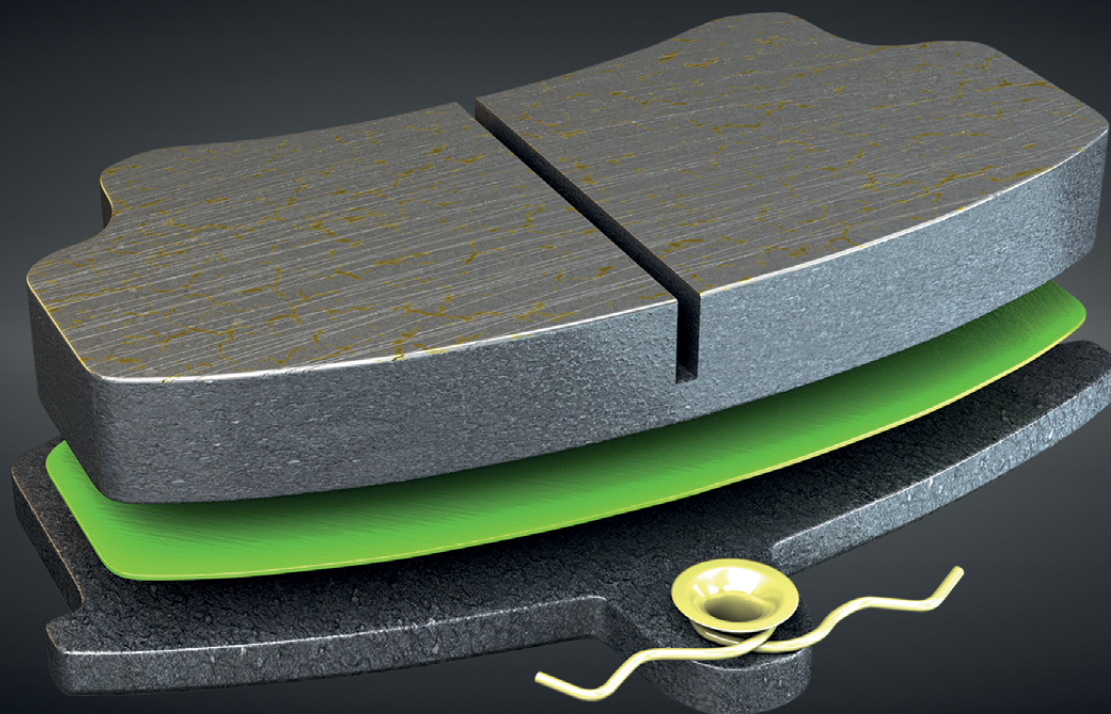




Тормозные колодки премиум-класса

WWW.TRIALLI.RU

LIBERTA DI MOTO



Эффективное торможение
автомобиля



T-300

Запатентованная формула фрикционной смеси, исключает повышенный износ колодок и царапание поверхности тормозного диска.



Бесшумная серия

min NVH (NOISE, VIBRATION, HARSHNESS) – минимальный шум и вибрации.



Стабильный коэффициент трения

Во всем диапазоне давлений, скоростей и температур.



FCR технология

Многоступенчатая технология производства тормозных накладок, обеспечивает однородность структуры фрикционной смеси.



TRIALLI – COMPLEX

Наилучшие результаты достигаются при совместной работе тормозных колодок с тормозными дисками и барабанами TRIALLI.

Автокомпоненты TRIALLI проходят успешные испытания на раллийных трассах страны





Гидравлический привод

Говоря об эффективности тормозной системы, мы обычно акцентируем внимание не на тех ее элементах, как тормозные диски и тормозные колодки. А между тем и гидравлический привод также играет немаловажную роль в функционировании этой системы.

Михаил Калинин

Есть такая система

Гидравлические приводы тормозных механизмов автомобилей гидростатические, в них передача энергии осуществляется жидкостью под давлением. Принцип действия гидростатического привода основан на свойстве жидкости, находящейся в покое, не сжиматься и ее способности передавать создаваемое в любой точке давление одинаково всем точкам замкнутого объема жидкости.

Гидравлический привод применяется в качестве привода рабочей тормозной системы легковых автомобилей и многих грузовых автомобилей малой и средней грузоподъемности.

Гидравлический привод обладает рядом преимуществ. Среди них можно выделить:

- одновременность торможения всех колес и желаемое распределение тормозных сил;
- высокий КПД – 0,9 и выше при нормальной температуре окружающей среды;

- малое время срабатывания (экстренное торможение – 0,1 сек.);

- простоту конструкции и удобство компоновки.

Система не лишена и недостатков, к коим можно отнести:

- невозможность получения большого передаточного числа;

- выход из строя при местном повреждении;

- невозможность продолжительного торможения (большое давление, нагрев тормозных накладок приблизительно до 500°C);

- снижение КПД при низких температурах (увеличивается вязкость тормозной жидкости).

Директор по маркетингу компании TRIALLI Кирилл Шипота:

– Гидравлическая часть тормозной системы автомобиля отвечает за передачу усилия от педали тормоза до колес автомобиля. При нажатии на педаль тормоза создается усилие, благодаря вакуумному усилителю тормозов, увеличивается в 3–5 раз. Шток вакуумного усилителя давит на поршень в главном тормозном цилиндре, и с помощью тормозной жидкости по тормозным шлангам усилие передается на суппортные цилиндры, поршень колесных цилиндров перемещает тормозные колодки,



Эксперты TRW констатируют: для корректной проверки гидравлики тормозной системы необходимо следующее оборудование: прибор для измерения температуры тормозной жидкости, оборудование по замене тормозной жидкости. Немаловажны в этом вопросе опыт механика и инструментальные методы контроля.

Коллег дополняет Кирилл Шипота:

– Проверка усилий тормозов на передней и задней оси, как правило, производится на контрольных роликовых тормозных стендах, также при диагностике осуществляется визуальный контроль шлангов, цилиндров и вакуумного усилителя на наличие коррозии и подтеков тормозной жидкости.

которые сжимают тормозной диск, и автомобиль останавливается. Можно сказать, что от работы гидравлической части тормозной системы зависит стабильность работы системы в целом, а также безопасность эксплуатации транспортного средства.

Простейший гидравлический привод состоит из педали, главного тормозного цилиндра, трубопроводов, колесных рабочих цилиндров, регулятора давления.

Конструкции главных тормозных цилиндров могут быть различны, но принципы, положенные в их основу, общие. Так, во всех приводах тормозная магистраль в расторможенном состоянии (при отпущенной педали) сообщается с резервуаром. Это необходимо для компенсации утечек жидкости, теплового расширения жидкости, увеличения объема системы после регулирования зазоров между колодками и барабаном (диском) при износе тормозных накладок.

Главный цилиндр тормозной системы обеспечивает разделение контуров. Два резервуара (или один с разделительной перегородкой) сообщаются с полостью главного цилиндра тормозной системы через два



отверстия. Поршни имеют кольцевые уплотнительные манжеты, прижимаемые пружинами. Наружная поверхность поршней имеет проточку для размещения уплотнительных колец, имеющих длину, которая меньше длины проточки. Помимо проточки поршни имеют кольцевые полости и плоские углообразные пазы, которые соединяются с резервуаром при любом положении поршней. Это препятствует попаданию воздуха в гидравлическую магистраль. Наиболее опасным с точки зрения попадания воздуха в главный тормозной цилиндр является режим растормаживания, который, как правило, производится быстро, броском педали. Жидкость, вследствие ее вязкости, возвращается в главный цилиндр относительно медленно, и поршни под действием пружин, стремясь оторваться от столба жидкости, создают в магистрали разряжение. Предотвратить при этом попадание воздуха в магистраль одними уплотнениями сложно, поэтому с тыльной стороны поршней или в них самих располагают полости, заполненные жидкостью, которые при любом положении поршней сообщаются с резервуаром с помощью отверстий.

В корпусе ввернуты упорные болты, определяющие крайнее правое положение поршней и колец, соответствующее расторможенному состоянию системы. Конфигурация поршней такова, что в указанном крайнем положении кольца, упираясь в болты, отрывают манжеты от поршней, сообщая резервуары с магистралями. В начале торможения поршни, перемещаясь (один – под воздействием штока педали, другой – под давлением жидкости), надвигаются на манжеты, после чего жидкость начинает вытесняться в магистраль.

В случае потери герметичности одного контура, питаемого, например, через левое отверстие, левый поршень, вытеснив жидкость через обрыв магистрали, упирается удлинителем в дно цилиндра, образовав для правой рабочей полости фик-

тивное дно. Если же разгерметизация произойдет в контуре, подпитываемом из правой полости, то правый поршень, вытеснив жидкость, упрется удлинителем в левый поршень, передавая на него усилие со стороны штока.

мо удалять воздух. Для этого в самых высоких местах рабочих цилиндров, а если требуется, то и в других местах привода, устанавливаются клапаны прокачки.

Рабочие цилиндры имеют чугунный или, реже, из легкого сплава корпус и поршни с

руется и соответствует необходимой величине зазора между колодкой и барабаном. Радиальная упругость кольца также нормируется с целью получения определенной величины силы трения между кольцом и цилиндром. Указанная сила трения должна гарантированно превышать силу возвратных пружин, приведенную к поршню, но не быть чрезмерной, чтобы не слишком сильно снижать приводную силу поршня.

Для регулировки механизма после сборки необходимо нажать на педаль тормозной системы. Поршни рабочих цилиндров, перемещаясь наружу под действием давления жидкости, выберут имевшийся между ними и упругими кольцами осевой зазор, после чего потянут кольца за собой. Движение поршней будет продолжаться до тех пор, пока колодки не упрутся в барабан. При отпускивании педали возвратные пружины смогут переместить поршни назад только на величину, соответствующую осевому зазору между поршнем и кольцом, так как сдвинуть кольцо они не в состоянии. Величина же зазора, как было сказано выше, соответствует необходимому зазору между колодкой и барабаном. Таким образом, по мере изнашивания накладок кольцо будет перемещаться вдоль цилиндра, поддерживая постоянную величину зазора в механизме.

Для уменьшения усилия, затрачиваемого водителем на торможение, используются различные усилители, подключаемые к приводу управления тормозами параллельно тормозной педали. В основном применяются пневматические или вакуумные усилители. Гидроприводы с усилителем отличаются от комбинированных приводов тем, что у последних тормозная педаль связана тягой с краном управления, а необходимое усилие обеспечивается за счет потребления энергии от постороннего источника.

Работа гидровакуумного усилителя основана на использовании энергии разряжения во внутреннем трубопроводе

В ассортименте компании Trialli из гидравлических компонентов тормозной системы присутствуют тормозные шланги, вакуумные усилители тормозов и тормозные цилиндры.

Внутренний сложносоставной резиновый слой шлангов, имеющий в основе PTFE-наполнитель, рассчитан на работу со всеми тормозными жидкостями, включая DOT 5 silicone. Имеет превосходные показатели по термической и химической стойкости. Упрочняющий слой из капроновых нитей двойной скрутки на втором радиусе придает тормозным шлангам Trialli необходимую прочность. Эти шланги имеют лучшие в своем классе показатели на сопротивление раздиру благодаря запатентованной форме внутреннего плетения корда (isola triplex): более 600 переплетений на 1 кв. см (стандарт – 400–450).

Противостарители и активные наполнители определяют исключительные прочностные, термические и химические свойства резинового слоя на внешнем радиусе. Выточка штуцеров и нарезание резьбы производятся на CNC-оборудовании. Штуцеры анодированы. Их завальцовка к трубопроводам осуществляется по методу параллельного контура (технология Boeing). Наилучшие результаты достигаются при совместном использовании тормозных шлангов Trialli с тормозными цилиндрами и цилиндрами сцепления производства Trialli.

Прецизионная обработка поршней, колец и внутренних рабочих поверхностей цилиндров, а также минимальные допуски в плунжерных парах обеспечивают превосходные рабочие характеристики цилиндров. Исключительная точность запрессовки поршней в цилиндры не допускает перекосов и исключает утечку тормозной жидкости. Поршни из высококачественного алюминия обладают отличной коррозионной стойкостью.

Две стадии опрессовки на последнем, контрольном, этапе производственного цикла гарантируют абсолютную герметичность цилиндров. Уплотнители и защитные колпачки выполнены из резины нового поколения – термоэластопласта Fluorosilicone, для которого характерны высокая эластичность, высокая химическая стойкость (масло, бензин, кислота), долговечность и низкая остаточная деформация. Верхний температурный интервал: +200 °С.

В современных конструкциях главных цилиндров тормозных систем в резервуар помещают поплавки с электроконтактами для сигнализации о недопустимо низком уровне жидкости. При заправке привода тормозной жидкостью, иногда и при эксплуатации автомобиля, из тормозной системы необходи-

мо уплотнительными манжетами. Регулировка зазоров производится между фрикционными накладками и барабаном автоматическим. На поршень рабочего цилиндра надевается разрезное пружинящее кольцо. Между кольцом и поршнем имеются радиальный и осевой зазоры. Величина осевого зазора норми-

двигателя, благодаря чему создается дополнительное давление тормозной жидкости в гидравлической системе привода тормозов. Это позволяет при сравнительно небольших усилиях, прилагаемых к тормозной педали, получать большие усилия в тормозных механизмах колес. С главным тормозным цилиндром, впускным коллектором двигателя и разделителем тормозов гидроусилитель соединен трубопроводами.

Следим за исправностью

Как отмечают эксперты компании TRW, в проверке и обслуживании нуждаются все элементы привода тормозов: главный тормозной цилиндр, вакуумный усилитель, тормозные трубки и шланги, рабочие тормозные механизмы (суппорты и тормозные цилиндры). Особое внимание необходимо уделять состоянию тормозной жидкости. При каждом ТО автомобиля необходима проверка температуры кипения тормозной жидкости.

Кирилл Шипота:

– При прохождении планового технического обслуживания автомобиля обязательно совершаются диагностика и контрольный осмотр тормозной системы в целом. Он включает в себя визуальный осмотр тормозных дисков и колодок, суппортов, тормозных шлангов, главного тормозного цилиндра, вакуумного усилителя, регулятора давления и сопутствующих систем (ABS, ESP), отвечающих за правильную работу тормозов. Также осуществляется проверка уровня тормозной жидкости в бачке согласно нормативным показателям, указанным заводом-изготовителем. В инструкции по эксплуатации транспортных средств дана информация, что перед началом движения необходимо обязательно осуществлять контроль уровня тормозной жидкости. Уровень тормозной жидкости – это один из главных показателей правильной работы тормозной системы!

В современных автомобилях уровень тормозной жидкости



Компания TRW в данном сегменте предлагает широкий ассортимент деталей гидравлической группы, охватывающий 93% парка легковых и коммерческих автомобилей, а именно:

- главные тормозные цилиндры;
- рабочие тормозные механизмы (суппорты и тормозные цилиндры);
- вакуумные усилители;
- тормозные шланги;
- ремонтные комплекты для ремонта суппортов;
- тормозные жидкости, как соответствующие, так и превышающие по своим характеристикам стандарты DOT4 и DOT 5.1;
- консистентные смазки для обслуживания и ремонта тормозных систем;
- прибор для контроля температуры закипания тормозной жидкости YWB214.

Предложение TRW в aftermarket обновляется по существующим элементам с завидной регулярностью, поскольку компания TRW является ведущим поставщиком данных элементов на сборочные конвейеры производителей автомобилей.

контролируется датчиком, который подает сигналы на специальную лампу панели приборов. Обязательно проверяйте уровень тормозной жидкости, «прислушайтесь» к поведению педали тормоза, она может подсказать возможные неисправности.

Кроме того, принципиально важно и необходимо провести проверку системы на предмет утечки тормозной жидкости,

работоспособности вакуумного усилителя, состояния тормозных шлангов и трубок.

Кирилл Шипота:

– Все части тормозной системы должны подвергаться контрольному осмотру каждые 5 тысяч километров. При каждом техническом обслуживании элементы гидравлической части тормозной системы диагностируются и в случае выявления неисправностей подвергаются ремонту/замене. Повторим, что технический регламент эксплуатации транспортного средства предписывает проверку уровня тормозной жидкости перед каждой поездкой (проверка на наличие утечек), а также замену тормозной жидкости каждые 2 года, так как она обладает гигроскопичностью (набирает в себя в воду), что, в свою очередь, может привести к ее закипанию в элементах тормозной системы, образованию воздушных пузырей и, как следствие, выводу из строя тормозной системы.

К наиболее типичным дефектам/неисправностям гидравлической части специалисты TRW относят:

1. Течь рабочих исполнительных механизмов и главного тормозного цилиндра.
2. Перепускание тормозной жидкости главным тормозным цилиндром вследствие износа манжет из-за нарушения регламента замены тормозной жидкости.
3. Трещины тормозных шлангов.
4. Нарушение работы вакуумного усилителя.





Все эти дефекты чреваты потерей контроля над автомобилем во время торможения и, соответственно, самыми трагическими последствиями. Чтобы устранить эти дефекты, нужно проводить регулярное своевременное обслуживание автомобиля, а именно его тормозной системы. Как, впрочем, и всего автомобиля.

По мнению Кирилла Шипоты, самая характерная неисправность гидравлической системы – это потеря герметичности: – Время беспощадно к любым материалам, особенно к резиновым частям (тормозные шланги, мембрана вакуумного усилителя, манжеты суппортных цилиндров), коррозия разрушает внутренние зеркальные поверхности цилиндров, и от каждой детали зависит герметичность системы в целом.



Современные автомобили развивают приличную скорость, и от работы тормозной системы зависит очень многое. Представьте, вы двигаетесь в потоке автомобилей, вам нужно затормозить, нажимаете на педаль тормоза, а она «проваливается»... Авария неизбежна!

«Прислушайтесь» к педали тормоза: если нажать и удерживать педаль тормоза и она

медленно проседает, это первый признак утечки в системе, после нескольких «качков» педаль становится тверже – воздух в тормозной системе, педаль проваливается – полная потеря герметичности и тормозной жидкости, слишком большое усилие при заведенном двигателе на тормозную педаль – вышел из строя вакуумный усилитель.

К наиболее распространен-

ным ошибкам, допускаемым механиками при работе с гидравликой, специалисты TRW относят самые разнообразные просчеты и погрешности, например установку главного тормозного цилиндра, не предназначенного для автомобиля с АБС, на автомобиль с данной системой. Использование старой тормозной жидкости при замене главного тормозного цилиндра. В итоге копейная тормозная жидкость приводит к выходу из строя дорогостоящего главного тормозного цилиндра. Имеются особенности некоторых рабочих исполнительных механизмов, не позволяющие без должного опыта и знаний обеспечить правильную прокачку тормозной системы. Встречаются и такие курьезы, как установка тормозной колодки каркасом к тормозному диску.

Чтобы не допустить этих ошибок, по мнению специалистов TRW, необходимо постоянно повышать уровень компетенции механика и проводить все регламентные работы в соответствии с рекомендациями автопроизводителя.

С коллегами согласен и Кирилл Шипота. Он считает, что залог успеха работ с тормозной гидравликой кроется прежде всего в выполнении операций профессиональным, квалифицированным персоналом. Кроме того, он рекомендует менять вышедшие компоненты на новые и не гнаться за дешевой заменой отремонтированных узлов. После ремонта обязательно прокачайте тормозную систему и проверьте стабильность ее работы. ■

Прекрасная устойчивость



Новое покрытие CarboGlide от Goetze для поршневых колец позволяет автопроизводителям реализовать стремления сделать бензиновый двигатель более экономичным. Покрытие обеспечивает снижение трения в поршневых кольцах до 20% по сравнению со стандартными кольцами. CarboGlide отличается химической и физической стабильностью и защищает внутреннюю поверхность цилиндра от задигов и истирания, особенно при недостаточном количестве смазки.

Благодаря высокой износостойкости CarboGlide подходит для использования в бензиновых двигателях высокой мощности последнего поколения с турбонаддувом и прямым впрыском, а уменьшенное трение может сократить расход топлива.

Выдающимися свойствами этого покрытия эксперты называют многослойность микроструктуры и особый состав покрытия, в который входят углерод в алмазоподобной форме, водород и вольфрам. Уникальная структура воспроизводится при толщине покрытия до 10 микрон, то есть более чем в три раза больше, чем новейшие в индустрии покрытия DLC.

Паспорт качества

На территории стран Таможенного союза появятся пункты сбора отработанных автомобильных эксплуатационных жидкостей. По уверениям экспертов, открытие пунктов приема негодных масел, тормозных, охлаждающих жидкостей, эмульсий, других средств автохимии поможет снизить рост цен на новую продукцию. К заявленному процессу будут притягиваться предприятия малого бизнеса путем применения налоговых инструментов.

Положения техрегламента устанавливают общие требования к автомобильным эксплуатационным жидкостям для производителей, продавцов и контролеров. Также в них четко прописан порядок сдачи и сбора на переработку отработанных смазочных и др. материалов, которые потом можно использовать как сырье для других производственных целей. Начиная с этого месяца все производители в ТС обязаны получать по общим правилам «права» на производство и продажу указанных материалов, а вся продукция подлежит соответственному обозначению.

Автомобильные масла и технические жидкости по новым правилам должны иметь паспорт качества и химической безопасности.

G-SCAN

Лидер продаж в Японии

Лучшее покрытие по
Специальным Функциям для
**TOYOTA, HONDA, NISSAN, MITSUBISHI,
SUBARU, SUZUKI, MAZDA, DAIHATSU,
ISUZU, HINO.**

Поддержка Mitsubishi FUSO, CANTER,
Hino DUNTRO, RANGER, PROFIA, Isuzu
GIGA, FORWARD, EFL, Nissan TRUCK.

Дилерский софт для HYUNDAI,
KIA + программирование IMMO.
+ **БЕСПЛАТНЫЙ** софт для
BMW, VW, AUDI, SKODA, VOLVO,
SEAT, MERCEDES BENZ, FORD



НОВЫЙ G-SCAN 2 с многоканальным
осциллографом, мультиметром,
диагностикой зажигания и имитатором
сигналов датчиков и актуаторов!

Полная Диагностика всех систем.*

- Коды Ошибок
- Текущие Параметры
- Активации
- Кодирование
- Калибровка
- Специальные Тесты
- Прописка Ключей
- Самодиагностика
- Запись данных в память
- Обновления 4 раза в год

* Подробная Карта Покрытия на сайте:

WWW.G-SCAN.RU

Москва	495- 799-9739
Новгород	8162- 673734
Сибирь	391- 293-6298
Дальний Восток	914- 772-5976

sales@g-scan.ru

Получите специальную цену* позвонив по **БЕСПЛАТНОЙ** горячей линии!
8 (800) 700-54-63

LAUNCH

SILVERLINE

Официальный Дистрибьютор LAUNCH Co. Ltd

LAUNCH X 631 - 275 000 рублей

- + Полностью беспроводной стенд для регулировки сход развала
- + Полный замкнутый контур (8 камер - 4 датчика - 8x4)
- + Компенсация биения диска тремя независимыми способами
- + Измерение отклонений геометрии (смещение осей) кузова с выводом данных на экран
- + Гарантированная точность измерений (два независимых датчика горизонта)
- + Полноценная работа на автомобилях с низким свесом
- + Возможность установки второго монитора для работы в яме
- + 100% русифицированное меню
- + Возможность устанавливать стенд в удобном месте
- + Полная база автомобилей (обновление - Бесплатно)
- + Европейская сертификация стенда
- + Германская сертификация качества



LAUNCH TLT 440 WA - 189 000 рублей



- + Идеальный подъёмник для стенда сход развал 3D
- + Расстояние между колоннами увеличено до 3050 мм - это позволяет видеть мишени камерам 3D стенда
- + Длина платформ в 4550 мм позволяет делать прокатку автомобиля
- + Удобная пневмогидравлическая траверса на 2 тонны
- + Изменяемая ширина колеи подъемника
- + Поворотные круги уже в комплекте
- + Грузоподъемность 4 тонны
- + Мощные колонны

LAUNCH TLT X-431 PRO - 54 900 рублей

LAUNCH X431PRO – это прорыв в диагностическом оборудовании. LAUNCH X431PRO – диагностический сканер с полной интеграцией в операционную систему Андроид, со знакомым и дружелюбным интерфейсом. Предусмотрены все возможные 75 программ – ничего не надо докупать! Год бесплатных обновлений. В сканере LAUNCH X431PRO (благодаря модулю Bluetooth) диагностика происходит без проводов! Встроенный модуль WI FI – это роскошная возможность легко проводить обновление из любой точки автосервиса. Легко и просто найти нужный ответ в интернете не отходя от автомобиля. При получении результатов диагностики можно сразу отправить отчет клиенту через встроенный почтовый клиент. Встроенная фотокамера позволит делать фотографии дефектов и сразу высылать их по электронной почте клиенту для согласования ремонтных работ. Хотите узнать больше? – Звоните бесплатно по телефону горячей линии компании 8-800-700-54-63. SILVERLINE – сертифицированный дистрибьютор LAUNCH в России.



8 (800) 700-54-63 8 (495) 363-62-77

www.SL33.ru

*Сошлись на этот журнал и выбери себе подарок в нашем интернет магазине на 10% от суммы покупки.
Предложение действительно до 30 Апреля 2014 года

Стекло на замену



При замене автомобильных стекол важно подобрать стекло, обладающее тем же набором свойств, что и оригинальное.

Денис Ютапов

В современных автомобилях стекло стало важным элементом жесткости конструкции.

Андрей Кононов, коммерческий директор компании «Автозапчасти»:

– На большинстве современных автомобилей стекло прочно вклеено в раму и, по сути дела, играет роль одного из элементов жесткости несущей части кузова. Поэтому очень важно, чтобы оно всегда было, во-первых, правильно установлено, а во-вторых, отвечало тем конструктивным требованиям, которые изначально были заложены производителем. Кроме того, на современных машинах стекло может играть роль своего рода монтажной платы,

в которую встроены различные электронные устройства. И опять же оно несет на себе функцию элементов комфорта. При замене стекла на неоригинальное нужно убедиться, что все эти элементы присутствуют на новом стекле.

Поэтому при установке нового стекла недостаточно убедиться в его соответствии данному автомобилю по размерам. Нужно учитывать множество других мелочей. То есть заказ стекла обязательно должен осуществляться по VIN автомобиля. Однако на практике даже такой заказ не всегда спасает от ошибок.

Андрей Кононов: – Сейчас на рынке масса производителей, в том числе из Китая, которые не всегда учитывают конструктивные особенности конкретного

стекла. По геометрии оно, скорее всего, будет подходить (хотя чем дешевле стекло, тем больше шансов столкнуться с браком, из-за которого нормально вмонтировать стекло будет проблематично). Но вот по своим свойствам может существенно отличаться от оригинального, поэтому при подборе нужно быть очень внимательным. Особенно если речь идет о лобовом стекле.

Сегодня на рынке представлены в основном автомобильные стекла трех типов. Самые распространенные стекла – так называемые «триплекс». Эти стекла состоят из трех слоев: между двумя слоями стекла делается вставка из специального полимера, который никак не изменяет прозрачность и не преломляет свет, однако придает стеклу ряд важных свойств: во-первых, благодаря ему значительно снижается риск травм при аварии – стекло при ударе не разлетается, а остается висеть на полимерной вкладке, которая не разрушается. Да и для того, чтобы разбить его, требуется гораздо

большее усилие. Второе – полимер служит отличным звукоизолятором, гася поступающие на него звуковые колебания. Ну и, наконец, он способствует лучшей поддержке температуры режима.

Второй тип стекла – «сталинит». Это однослойное стекло, закаленное специальным образом так, что в разы повышается его прочность и при этом при разбивании оно не образует острых осколков. Тем не менее сегодня все производители перестали делать лобовые стекла такого типа. И устанавливают сталинит только на боковых окнах.

Третий тип стекол – стекла многослойные – самые дорогие из всего, что сейчас есть на рынке.

Андрей Кононов: – В отличие от триплекса в них может использоваться сразу несколько внутренних слоев, обладающих различными качествами – шумоподавляющими, повышающими прочность (все противоударные и «бронированные» стекла – такого типа), замедляющими темпе-

ратурный обмен между салоном и внешним пространством и пр. Такие стекла устанавливаются, как правило, либо на премиальные, либо на специальные автомобили.

Подбирать стекло на замену желательно всегда того же типа, что и оригинальное. Стекло должно вести себя в любой ситуации именно так, как это было заложено производителем. От этого зависят безопасность автомобиля, комфорт в салоне. Поэтому, не понимая, к каким последствиям такая замена может привести, менять один тип стекла на другой не рекомендуется. И уж тем более нельзя использовать вместо триплекса сталинит, а вместо многослойных – вообще какие-то другие стекла.

Вне зависимости от типа стекла, все они могут включать в себя определенные дополнительные опции, свойственные данной конкретной модификации автомобиля.

Андрей Кононов:

– Во-первых, они могут быть тонированы либо полностью, либо частично. На многих современных машинах легкая тонировка в несколько процентов закладывается изначально в их конструкцию и может быть на самом деле элементом не только комфорта, но и безопасности. Наклон стекла рассчитывается в том числе с учетом и этого фактора – без тонировки или, например, специальной солнцезащитной полосы в верхней или боковых частях стекол не удалось бы поддерживать в салоне правильный температурный режим, водитель испытывал бы дискомфорт из-за чрезмерного ультрафиолета и пр. Так что при выборе стекла относиться к этому его свойству как к необязательному было бы неверным шагом.

Кроме тонировки, стекла могут включать в себя и ряд других опций. Они могут оснащаться механизмом подогрева стекла. Чаще всего он встраивается в задние стекла. Но сегодня эта функция появилась и на многих передних стеклах. Кроме того, стекла могут иметь специальное атермальное покрытие, препятствующее

быстрому нагреву или остыванию салона. Могут встраиваться механизм обогрева дворников, всевозможные антенны, датчики и сенсоры (типа датчика дождя, автоматически включающего дворники при попадании на стекло влаги). Естественно, при замене на неоригинал надо убедиться, что на новом стекле все эти дополнительные функции предусмотрены.

Для того чтобы не промахнуться в подборе, самый верный путь – это подбирать стекла ведущих производителей. Сейчас на рынке автомобильного стекла тон задают западные производители. Существует немало компаний, чью продукцию смело можно отнести к категории высококачественной. Многие из них на самом деле являются поставщиками конвейера. В этом случае тот «неоригинальный» товар, который они поставляют на вторичный рынок, вообще ничем, кроме названия и цены, не отличается от оригинала.

Понятно, что по стоимости все эти стекла будут относиться к разряду не самых дешевых. Однако, покупая их, можно не сомневаться ни в качестве, ни в соответствии стекла данному

конкретному VIN.

Если же говорить про более бюджетное стекло, то тут, во-первых, существует немало отечественных производителей.

Андрей Кононов:

– Некоторые российские производители уже сегодня так или иначе используют современные технологии и оборудование и выпускают изделия вполне приличного качества.

Что же касается китайцев, то здесь очень многое зависит от производителя. Рынок наводнен стеклом, произведенным в этой стране непонятными производителями, часто кустарными, которые почти наверняка не в состоянии обеспечить достаточное качество. С другой стороны, есть и ряд вполне достойных брендов, выпускающих продукцию на современном оборудовании по современным технологиям и показывающих приличное качество.

Для того чтобы разобраться со всеми производителями, типами и опционалом современных стекол, самый простой способ – закупать их у поставщиков, способных самостоятельно подобрать стекло надлежащего качества и соответствующее VIN. Если же сервис берет ответствен-

ность за выбор стекла на себя, ему подспорьем станет маркировка, которая с некоторыми видоизменениями, тем не менее, поддерживается большинством производителей стекол.

Андрей Кононов:

– Принятая сейчас система маркировки, к сожалению, не имеет единообразия и сильно различается в зависимости от производителя. Тем не менее определенную информацию из нее почерпнуть можно. Во-первых, обычно в маркировке указывается название компании-производителя. А это уже немало. Если брендového знака нет, большой вопрос, стоит ли связываться с таким стеклом. Во-вторых, на стеклах ведущих производителей, имеющих заводы по всему миру, указывается, где именно стекло производилось. Делается это с помощью цифрового кода, в котором зашифрована страна-производитель. Обычно каждой стране присваиваются такие обозначения: 1 – Германия, 2 – Франция, 3 – Италия, 4 – Нидерланды, 5 – Швеция, 6 – Бельгия, 7 – Венгрия, 8 – Чехия, 9 – Испания, 10 – Югославия, 11 – Англия, 12 – Австрия, 13 – Люксембург, 14 – Швейцария, 16 – Норвегия, 17 – Финляндия, 18 – Дания, 19 – Румыния, 20 – Польша, 21 – Португалия, 22 – Россия, 23 – Греция, 24 – Ирландия, 25 – Хорватия, 26 – Словения, 27 – Словакия, 28 – Беларусь, 29 – Эстония, 31 – Босния и Герцеговина, 32 – Латвия, 37 – Турция, 42 – Европейское сообщество, 43 – Япония. Хорошо, если на стекле есть упоминания о соответствии тому или иному стандарту. Так, наличие индекса 43R говорит о соответствии европейскому стандарту, индекса DOT – американскому. В маркировке обычно указываются сведения о тонировании (если тонировка выше определенного процента, то указывается этот процент), приводится другая информация. Подробно расшифровка таких сведений для каждого из производителей есть в специальных справочниках и в других открытых источниках. ■



Еще сильнее



Усовершенствованное моторное масло Castrol EDGE с технологией TITANIUM FST на данный момент является вершиной инженерных инноваций и превосходит требования действующих отраслевых стандартов. Новейшая технология на физическом уровне меняет поведение масла в условиях экстремальных нагрузок, что позволяет ему защищать двигатель автомобиля даже тогда, когда он работает на пике возможностей.

Новая технология TITANIUM FST позволила улучшить показатели в тестах на получение допусков ведущих автопроизводителей как минимум на 140 часов. Растворимые полимерные соединения титана работают в унисон с технологией Fluid Strength Technology, благодаря чему усовершенствованное моторное масло значительно снижает трение и контакт деталей двигателя. По результатам теста на прочность масляной пленки, Castrol EDGE с технологией TITANIUM FST до 45% более эффективно сокращает площадь контакта «металл-металл» на разных скоростных режимах и снижает трение до 15% по сравнению с маслами без титана. Все это позволяет избежать повреждений деталей двигателя, вызванных износом, и повысить эффективную мощность мотора, делая масляную пленку в два раза более устойчивой к срыву.

Техасо для СТО



Бренд смазочных материалов Техасо запустил производство новой линейки сервисных продуктов Texaco Motor Oil.

Техасо Motor Oil ориентирован, прежде всего, на постгарантийные станции технического обслуживания и пункты замены масла, клиенты которых предпочитают масла более экономичного класса при сохранении качества смазочного материала.

Запуск сервисных масел Техасо Motor Oil приурочен к программе «Автосервис Navoline», запущенной в России в 2013 году. В рамках программы бренд Техасо помогает владельцам автосервисов и СТО развивать их бизнес, предоставляя возможность предлагать своим клиентам полный ассортимент качественных моторных масел.

Ввиду того, что новая линейка масел является сервисным продуктом, выпуск малой фасовки, 1 л. и 5л, не планируется. Продукт будет реализовываться в крупной фасовке: 20, 60, 208 и 1000 л.

Растущий спрос

Сегодня 97 из 100 новых автомобилей, проданных в Европе, в стандартной комплектации оснащены салонным фильтром, вне зависимости от того, оборудованы они кондиционером или нет. Такая тенденция вызывает цепную реакцию на рынке запчастей. Уже сейчас доля автомобилей, оснащенных салонными фильтрами, составляет почти 85 % автомобильного парка Европы, и это значение будет расти в будущем.

Sogefi Group является идеальным партнером для тех, кто хочет воспользоваться ростом продаж салонных фильтров. Sogefi является лидером по разработке и производству высокоэффективных салонных фильтров для поставок как на конвейеры автопроизводителей, так и на рынок автозапчастей. Ассортимент салонных фильтров Sogefi для рынка запчастей в 2013 году увеличился на 50 позиций и теперь включает порядка 300 наименований, что обеспечивает 95-процентное покрытие парка автомобилей Европы.

В стремлении к лидерству на рынке за счет инноваций компания Sogefi разработала новую упаковку для салонных фильтров. Упаковка выполнена из прочного прозрачного материала, обеспечивающего полную защиту от пыли и влаги, а перерабатываемая этикетка с серийным номером и штрихкодом облегчает идентификацию продукции. Компактные размеры упаковки позволяют сэкономить место на складе.

Амортизаторы САЗ

Отметим, что амортизаторы САЗ, как и другие современные амортизаторы, необходимости прокачивать перед установкой нет. «САЗ Комплект», выпускающее амортизаторы под брендом «САЗ», не предъявляет таких требований к своим потребителям. Еще на стадии проектирования специалистами Скопинского автоагрегатного завода, входящего в Группу ОАТ, были предусмотрены конструктивные решения, благодаря которым амортизатор САЗ после установки на автомобиль автоматически прокачивается после начала движения и работает в штатном режиме.

1. Чем обусловлена необходимость прокачки амортизаторов?

Во время транспортировки и длительного хранения двухтрубных гидравлических амортизаторов и стоек (в том числе с газовым наполнением) в горизонтальном, а в некоторых случаях и в вертикальном положении, происходит естественный процесс перетекания жидкости (масла) из рабочей камеры в компенсационную. При движении на автомобиле это может привести к появлению стуков в подвеске (на короткий промежуток времени, не более 1 мин.) или провалов во время растяжения (сжатия) амортизатора рукой. Прокачку можно рекомендовать для проверки работоспособности амортизатора (стойки) во время покупки изделия в магазине. После прокачки не должно быть провалов в конце хода поршня. Движение поршня должно быть плавное, без заедания на всем его ходе.

2. Как правильно выполнять данную операцию?

Установить (или держать) амортизатор вертикально (штоком вверх), сжать его до упора



На вопросы журнала «Автокомпоненты» отвечает начальник конструкторско-технологического отдела «САЗ Комплект» Владимир Шатилов.



(без удара или сильного вертикального давления на шток) и растянуть. В случае с газонаполненными амортизаторами выход штока произойдет самостоятельно. Повторить процедуру 3–5 раз.

При резких провалах в конце хода необходимо повторить данную процедуру до полного заполнения внутренней камеры маслом, на что указывает одинаковое усилие сопротивления на

всем ходе перемещения штока. В случае сильных провалов после дополнительной продолжительной прокачки амортизатор признается негодным.

3. Чем грозит установка амортизаторов без прокачки?

При установке исправного, но «непрокачанного» амортизатора потребитель может почувствовать кратковременный дискомфорт в начале движения авто-

мобиля (возможно появление стуков в подвеске).

Кстати, такое состояние у амортизаторов может иногда появляться и после длительного (более недели) простаивания автомобиля. После начала движения происходят самозаполнение рабочей камеры жидкостью (маслом) и выход амортизатора на рабочие режимы эксплуатации.

4. Какие ошибки чаще всего совершаются при прокачке амортизатора? Чем они чреваты?

Рывком сжимают амортизатор до упора, что может повредить клапанную группу (в зависимости от конструкции заклинить или разрушить клапан). Даже если получилось после этого восстановить работоспособность, дефект может проявиться через некоторое время эксплуатации изделия.

В некоторых видах амортизаторов от таких действий возможен заход торца штока за кромки сальника, что приводит к их порыву и течи амортизатора.

5. Как избежать/не допустить этих ошибок?

Делать все плавно, без рывков. Особенно при первом цикле прокачки.

6. А почему не надо прокачивать амортизаторы САЗ?

После установки амортизаторы САЗ прокачиваются во время начала движения автомобиля. На Скопинском автоагрегатном заводе для оценки прокачиваемости амортизатора применяются специальные методы тестирования еще на стадии разработки и испытаний конструкции. Поэтому необходимости в дополнительных манипуляциях с амортизаторами производства «САЗ Комплект», которые реализуются в красно-бело-черной оригинальной упаковке, нет. Устанавливайте и спокойно начинайте движение. Амортизатор прокачается при начале движения автомобиля. ■



Обуздавшие скорость

Компания Brembo, основанная чуть более 50 лет назад как небольшая механическая мастерская в нескольких километрах от провинциального итальянского Бергамо, сегодня представляет собой транснациональную корпорацию, работающую на трех континентах и располагающую производственными предприятиями в 12 странах мира.

Михаил Калинин

Движение вперед

Марка Brembo очень хорошо известна в автомобильном мире, особенно в его спортивной и околоспортивной части. Безусловно, главным образом благодаря своим тормозным системам. С 1964 г. компания изготавливает тормозные диски, и это были первые итальянские тормозные диски, предназначенные для рынка запасных частей (прежде диски импортировались из Великобритании). Впоследствии ассортимент неоднократно расширился, производство тормозных дисков дополнялось производством других компонентов тормозной системы. Так, например, в 1980 г. к линейке выпускаемой продук-

ции для автомобилей добавляется алюминиевый суппорт дискового тормоза. Эта инновация, как по своему дизайну, так и по примененным материалам, будет поставляться на конвейеры таких известных автопроизводителей, как Porsche, Mercedes, Lancia, BMW, Nissan и Chrysler.

С 1972 г. Brembo представлена на производимых в Европе мотоциклах. В середине 80-х гг. – выходит в сегмент дисковых тормозов для грузопассажирских автомобилей, становясь стратегическим поставщиком для Iveco, Renault (в секторе грузопассажирских автомобилей) и Mercedes. В 2000-х гг. сфера интересов компании выходит за рамки активной безопасности в область безопасности пассивной – компания приобретает бренд

Sabelt, лидирующий в производстве ремней безопасности для гоночных автомобилей и систем безопасности для детей.

И уже совсем недавно – всего несколько лет назад – Brembo запускает линейку колодок, которые даже за столь короткий период продаж достигли значительного объема более чем в 25 странах Европы, Азии и США. Колодки были одним из самых долгожданных продуктов в ассортименте фирмы, руководство которой неоднократно отмечало желание потребителей получить полную совокупность компонентов тормозной системы под одним брендом. Сейчас предлагается полный ассортимент колодок – более чем 1300 позиций, – охватывающий 98% всех легковых автомобилей в Европе. Каталог регулярно обновляется техническими специалистами Brembo и доступен в цифровой версии онлайн и для смартфонов.

Кроме того, первое десятилетие XXI в. озаменовалось для Brembo активным продвижением марки на международном рынке. Ею покупаются бразильская

компания Alfa Real Minas для выпуска автомобильных тормозных дисков и сборки маховиков двигателей, английская компания AP Racing Limited, производящая тормозное оборудование и системы сцепления для гоночных автомобилей и мотоциклов, а также высокофункциональных спортивных автомобилей. А для развития направления мототехники Brembo приобретает 70% компании Marchesini, специализирующейся на выпуске колес из магниевых сплавов для гоночных мотоциклов.

В этот же период времени Brembo проникает на стратегически важный китайский рынок, создавая совместное предприятие с Yuejin Motor Group и основывая компанию Nanjing Yuejin Automotive Brake System по производству тормозных систем для легковых и коммерческих автомобилей. Приобретение в январе 2010 г. чугунолитейного завода у Donghua Automotive Industrial укрепляет присутствие концерна в Китае.

Не остается без внимания и индийский рынок. Сначала



в 2005 г. создается совместное предприятие между Brembo и индийским Kalyani Brakes – KBX Motorbike Products Private. А через четыре года, в 2009 г., открывается предприятие по производству тормозных систем для мотоциклов и мотороллеров. Создается новый бренд Vubre (акроним «Vu Brembo»), специализирующийся на тормозных системах мотороллеров и мотоциклов небольшого и среднего объема двигателей (до 250 куб. см) для стран БРИК (Бразилия, Россия, Индия, Китай) и государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН).

На «домашнем» – европейском рынке Brembo реализует значительные инвестиционные проекты в странах бывшего Восточного блока: в Польше запускается третье литейное

производство концерна для оптимизации рабочего цикла завода, который производит диски; в Чехии – новое производство тормозных систем для автомобилей. Компания впервые входит в сегмент, именуемый mid premium (среднего и высоко-

» На «домашнем» – европейском рынке Brembo реализует значительные инвестиционные проекты в странах бывшего Восточного блока.

го класса), сотрудничая с такими клиентами, как Land Rover, BMW, GM и Audi.

Ну и, наверно, самым знаменательным событием первой декады третьего тысячелетия стало открытие научно-иссле-

довательского центра в рамках научно-технологического парка «Красный километр», в котором трудится более 500 инженеров, конструкторов и специалистов.

Таким образом, компания, которая началась в 1961 г. с 28 человек (в том числе и четыре

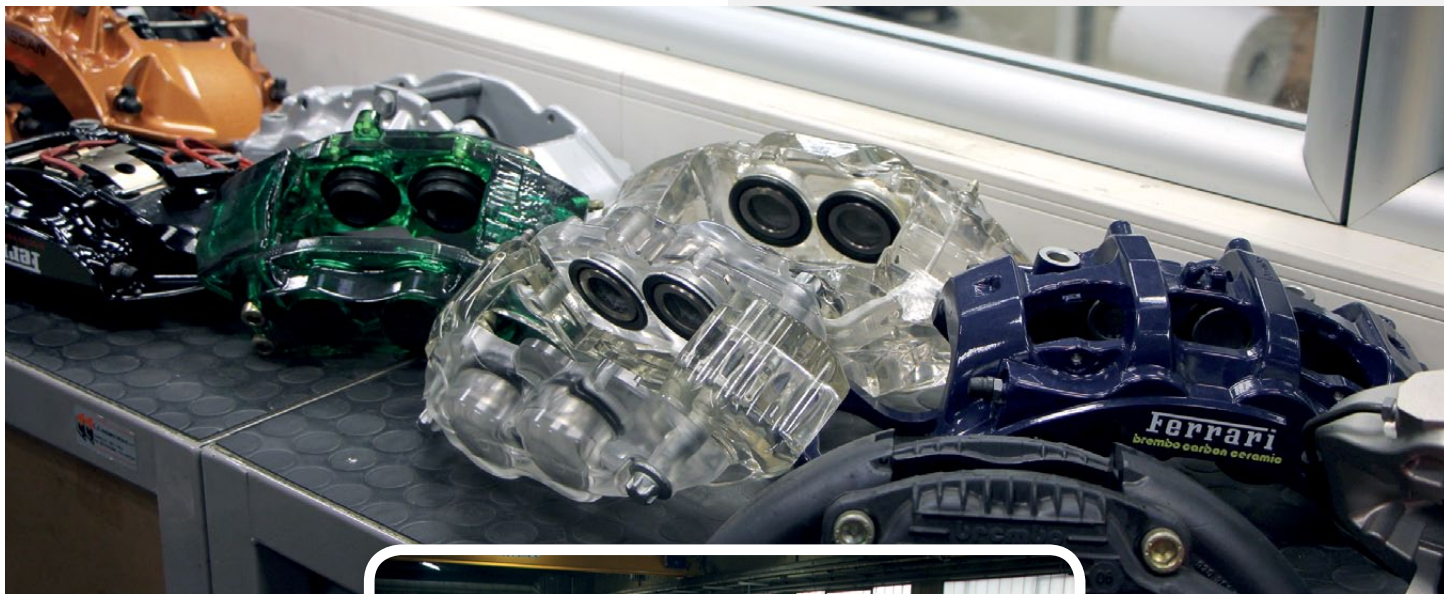
основателя) и имела в 1975 г. объем продаж 2,8 млрд лир (менее 1,5 млн евро), сегодня располагает штатом сотрудников почти 7000 человек, а объем продаж в 2012 г. увеличился почти в 100 раз, составив 1388,6 млн евро.

Секрет успеха

Что же скрывается за таким ярким успехом Brembo на международном рынке? Ответ по большому счету очевиден – компания всегда стремится предлагать своим клиентам только самые лучшие, технически совершенные, передовые изделия. Быть новатором, лидировать в сфере проектирования, разработки и производства тормозных систем и комплектующих для легковых автомобилей, мотоциклов и грузовых автомобилей, предназначенных как для рынка первой оснастки, так и для рынка запасных частей и гоночных автомобилей, – это главная задача, основная мотивация как компании в целом, так и каждого ее сотрудника.

Специалистами компании контролируются все этапы





производственной цепочки: исследование и разработка, литье, обработка и сборка, контроль качества, логистика и дистрибуция. В настоящий момент у Brembo 3 исследовательские лаборатории, 18 промышленных объектов и 22 коммерческих подразделения. В научно-исследовательской сфере занято 10% сотрудников, и 5% от оборота ежегодно инвестируется в НИОКР. У компании пять бизнес-единиц: легковые & грузовые тормозные диски; легковые & грузовые тормозные системы; мотоциклы (тормозные диски, тормозные системы, колеса); вторичный рынок (детали тормоза); performance (детали тормоза для тюнинга и спорта, колеса мотоциклов, пассивная безопасность). При этом вторичный рынок и сегмент «performance» занимают каждый по 10–15%, все остальное – это первичная комплектация.

В этой связи принципиально важен тот факт, что все промышленные объекты Brembo производят продукцию и для первичной комплектации, и для вторичного рынка, и вся она соответствует эталонам OES. Высокий уровень продукции основан на контроле качества и точности процессов на всех заводах (менее чем 0,2% брака). А время выхода на рынок автозапчастей максимально сокращено и составляет всего 14 месяцев.



Стремление к совершенствованию затрагивает новые технологии, новые материалы, новые формы и новые рынки. Эксплуатационные характеристики продукции сопровождаются поиском единого стиля, соответствующего дизайну автомобилей.

» Все промышленные объекты Brembo производят продукцию и для первичной комплектации, и для вторичного рынка, и вся она соответствует эталонам OES.

Например, понимая, что вентилируемые диски обладают повышенной способностью устранять тепло путем конвекции, инженеры Brembo отдали много сил и энергии изучению и созданию самой эффективной вентиляции. Компания Brembo уже несколько лет тому назад

запатентовала технологию ребристого вентилирования PVT (Pillar Venting Technology), которая благодаря форме и распределению выступов (столбиков) создает оптимальную циркуляцию воздуха внутри вентиляционной камеры, что обеспечивает наиболь-

ший отвод тепла. Кроме того, положение выступов таково, что создает хорошую преграду против образования и распространения трещин – в среднем на 40% увеличивает устойчивость к образованию трещин под воздействием теплового удара. Можно смело признать – на текущий

момент ребристые вентилируемые являются одним из самых эффективных решений благодаря правильному отводу тепла.

С 2002 г. в центре исследования и развития Brembo начали заниматься проблемами мехатроники – области науки и техники, которая базируется на знаниях в области механики, электроники и информатики.

Три ключевых направления

В сегменте вторичного рынка автозапчастей Brembo представляет три ключевых направления: тормозные колодки, тормозные диски и тормозную гидравлику.

Тормозные диски – это, вне всякого сомнения, визитная карточка Brembo. Компания выпускает все известные сегодня типы тормозных дисков: вентилируемые, невентилируемые, цельные (диск одной деталью), составные (центральная ступица из алюминия и тормозная поверхность из чугуна, соединены механическим соединением), составные литые (составные, но соединенные литьем).

Тормозные диски могут быть изготовлены из различных материалов, в зависимости от применения, для которого они предназначены. Самым распространенным материалом является серый чугун (с пластинчатым графитом), используемый для дисков автомобилей, легких,

средних и тяжелых фургонов; чугун с пластинчатым графитом затем превращается в различные варианты по содержанию углерода (чугун с низким и высоким содержанием углерода), которые, в свою очередь, могут меняться в зависимости от связующих веществ, предназначенных для получения определенных эксплуатационных характеристик (медь, хром, молибден являются наиболее используемыми).

Составные диски были разработаны для сокращения массы диска и в некоторых случаях обеспечения терморасширения тормозной поверхности. Самая распространенная модель – центральная ступица из алюминия и тормозная поверхность из чугуна; речь идет о решении с двойной эффективностью, так как оно сокращает вес автомобиля и одновременно снижает также и нагрузку, которую должна амортизировать подвеска; кроме того, отделение, вызванное фактом использования двух различных материалов, может позволить, благодаря соответствующим проектным решениям, тормозной поверхности расширяться радиально в случае перегрева, не затрагивая центральную ступицу, улучшая эксплуатационные харак-

теристики диска и избегая риска деформации.

Для соединения частей составного диска в Brembo применяют самые передовые технологии, и в том числе так называемый «про-

цесс соединения и литья». Это самое инновационное решение, которое позволяет соединить два материала без механических операций крепления и благодаря

оптимизации чертежа сохраняет свободу радиального расширения поверхности из чугуна, несмотря на то что она сплавлена вместе с центральной ступицей из алюминия.

» *На текущий момент ребристое вентилирование является одним из самых эффективных решений благодаря правильному отводу тепла.*

Еще один используемый материал – это углерод-керамика (обозначение Brembo – ССМ – Carbon Ceramic Material). Применение данного материала ограничено по

причине высокой промышленной стоимости, которая может быть допустима только на престижных автомобилях. К его преимуществам относятся:

- крайне низкая масса (плотность 2,3 кг/дм³, менее трети по сравнению с плотностью чугуна);
- довольно высокие эксплуатационные характеристики;
- невозможность возникновения ржавчины;
- практически несуществующий износ.

И еще один материал, используемый для тормозных дисков, это углерод-углеродный материал. Он называется так, потому что состоит только из углерода благодаря специальному производственному процессу, который обеспечивает прочность углеродной матрицы посредством введения углерода, производного от метана. Использование тормозных дисков из этого специального материала возможно только на гоночных автомобилях из-за ограничения коэффициента трения в холодном состоянии; действительно, пока не достигается оптимальная рабочая температура (минимум 350°C), углерод-углеродный материал имеет очень низкий коэффициент трения.





Его преимуществами являются:

- еще более низкая масса (1,7 кг/дм³);

- очень высокие эксплуатационные характеристики: такой материал, при оптимальной температуре, развивает коэффициент трения до 0,7 (почти вдвое больше по сравнению с традиционными материалами).

Помимо тормозных дисков Brembo предлагает широкий ассортимент колодок дискового и барабанного тормоза. Эта линейка является результатом многолетнего опыта и сотрудничества с ведущими автопроизводителями мира. При производстве колодок во фрикционных смесях применяется около 100 различных материалов. Оптимальный состав рецепта – результат постоянных исследований и всесторонних испытаний как в лабораторных, так и в дорожных условиях.

В соответствии с OE-спецификацией Brembo применяется скорчинг, позволяющий свести к минимуму процесс притирки и истирание. Кроме того, также используемый в OE процесс прямой формовки под давлением гарантирует максимальную точность продукции. Данный процесс значительно улучшает прессование фрикционного материала и его соединение с опорной пластиной.

В конструкцию колодок входит прослойка, обеспечивающая шумоизоляцию, являясь при этом теплозащитным экраном, уменьшающим передачу тепла к суппорту. А опорная пластина

и металлическая прокладка – многослойная прокладка ESE (эластомер-сталь-эластомер) – обеспечивают чрезвычайно комфортное торможение, сводя к минимуму вибрации и шум.

В дополнение к своей хорошо известной и привычной для российского рынка продукции Brembo предлагает и впечатляюще полный ассортимент гидрав-

лических компонентов, удовлетворяющих самым высоким стандартам качества.

При их производстве используются материалы, дизайн и эксплуатационные характеристики оригинальных компонентов. Это подтверждает профессионализм компании Brembo и ее тесное сотрудничество с мировыми лидерами автоиндустрии. Все

запчасти гидравлического ассортимента Brembo воплощают самые эффективные решения, чтобы гарантировать стабильные характеристики для всех автотранспортных средств на любом рынке. Технические параметры, функциональность, герметичность и прочность всех изделий оцениваются и проверяются посредством тщательных лабора-

» Brembo предлагает и впечатляюще полный ассортимент гидравлических компонентов, удовлетворяющих самым высоким стандартам качества.

торных испытаний и дорожных тестов. Каждый компонент имеет все необходимые коды для того, чтобы обеспечить специалистам техобслуживания покрытие автопарка на всех рынках. Помимо специального каталога все изделия Brembo включены в TecDoc.

В ассортимент входят более 1000 кодов гибких трубок Brembo для тормозной системы

и сцепления. Маркировка DOT также подтверждает соответствие требованиям директив по безопасности.

Благодаря ассортименту из более 800 тормозных цилиндров для управления колодками барабанного тормоза и покрытию 90% автомобильного парка Европы компания Brembo предлагает одну из самых полных из имеющихся на рынке линеек тормозных цилиндров из чугуна и алюминия.

Гидравлический ассортимент Brembo, помимо тормозной системы, распространяется и на сцепление: это трубки сцепления, а также главный и рабочий цилиндры сцепления. Ассортимент состоит примерно из 200 кодов главных цилиндров сцепления и 200 кодов рабочих цилиндров для оптимального покрытия европейского автомобильного парка. Все цилиндры сцепления Brembo подвергаются строгим тестам на работоспособность, герметичность (гидравлическую и пневматическую) и долговечность.

В заключение остается только сказать, что сегодня Brembo реализует свою продукцию в 70 странах мира и ведет производственную деятельность в Италии, Польше, Англии, Республике Чехии, Словакии, Испании, Германии, Бразилии, Аргентине, США, Мексике, Китае и Индии; торговая деятельность опирается на фирмы, находящиеся рядом с основными рынками, расположенные в Швеции, Франции, Англии, США и Японии. ■



Powered by:

automechanika
MOSCOW

Международная выставка запасных частей, автокомпонентов,
оборудования для технического обслуживания автомобилей

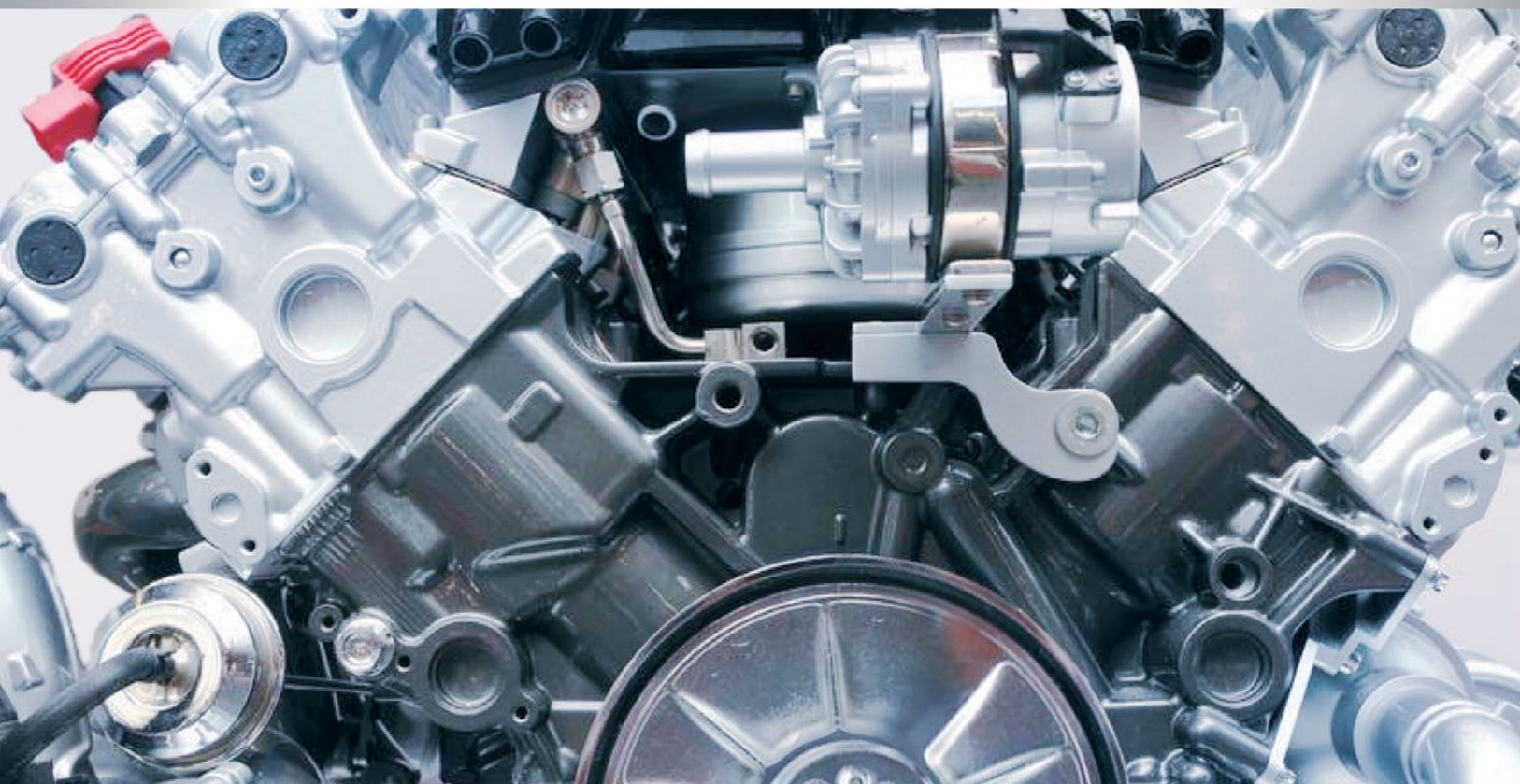
25 – 28 АВГУСТА 2014, МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

В рамках выставки:

25 АВГУСТА 2014

V Международный форум

«Автомобилестроение и развитие рынка автокомпонентов в России»



www.mims.ru

Организаторы:



ITE Moscow
+7 495 935 7350
motor@ite-expo.ru



messe frankfurt

Messe Frankfurt RUS
+7 495 649 8775
automechanika@messefrankfurt.ru

Знания для всех



Три года назад в компании Federal Mogul было выделено направление Campus, в рамках которого, как под своеобразным зонтиком, сосредоточена вся техническая информация по выпускаемым продуктам, предназначенная для продавцов, покупателей и специалистов СТО.

Александр Шубин

Основным компонентом нового направления стал виртуальный портал. Кроме того, под эгидой Campus проводятся дистанционное обучение (вебинары), обучение и семинары в классе, посещение производственных предприятий Federal Mogul и выездные семинары для персонала офисов и мастерских реги-

ональных партнеров и заказчиков. (Для выездных семинаров и конференций московское подразделение компании использует великолепно оснащенный мобильный учебный класс на базе микроавтобуса.) На портале собрано большое количество технической информации, каталогов, сервисных бюллетеней, а также есть возможность получения новостной информации обо всей продуктовой линейке компании. В рамках портала

могут проводиться акции, информацию об одной из которых можно найти на страницах этого журнала.

Словом, Campus стал мощнейшим, многогранным и многоязычным (портал работает на восьми языках, в том числе и на русском) информационно-обучающим инструментом, база знаний которого постоянно пополняется. Поэтому есть смысл еще раз напомнить читателям об особенностях, возможностях и отличительных качествах главной составляющей направления Campus – обучающего интернет-портала.

Доступность и бесплатность

Важнейшая особенность портала заключается в том, что знания предоставляются:

- всем желающим;

- совершенно бесплатно;
- вне зависимости от места их расположения;
- в удобное время.

Для получения доступа к знаниям достаточно всего лишь зарегистрироваться на заглавной странице сайта www.fmcampus.eu.

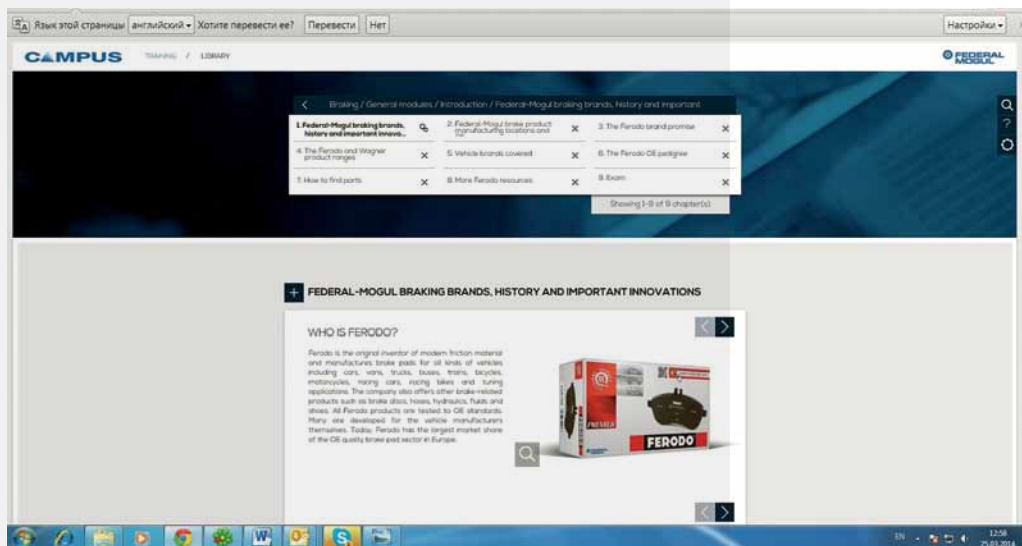
Лаконичность и целостность

После регистрации будут доступны три технические темы (в будущем планируется также добавить разделы по бизнес-обучению):

- детали рулевого управления и подвески;
- тормозная система;
- детали двигателя.

Каждая из этих тем, в свою очередь, делится на три уровня (модуля) сложности:

- Вводный модуль рассчитан



даже на людей, не обладающих техническим образованием, но интересующихся устройством автомобиля и работой тех или иных его узлов и желающих получить начальную информацию.

- Базовый модуль рассчитан на менеджеров по продажам, по ассортименту. Он будет полезен механикам СТО.

- Углубленный модуль приводит специфическую информацию, которая может быть полезна профессионалам, занимающимся обслуживанием, диагностикой и ремонтом автомобиля. Там выложена информация по особенностям установки и регламентного обслуживания, диагностике неисправностей тех или иных узлов автомобиля.

- В разделе «Тормозная система» есть еще модуль, в котором сосредоточены видеоматериалы по особенностям регламентного обслуживания тормозной системы автомобилей, оснащенных дисковыми и барабанными тормозными механизмами.

Модули разбиты на главы, что позволяет шаг за шагом, от простого к сложному постепенно осваивать учебный материал. Впервые зарегистрировавшийся пользователь начинает изучение материала с вводного модуля, в конце которого для проверки усвоенных знаний предлагается сдать экзамен.

При успешной сдаче экзамена появляется возможность скачать электронную версию сертификата с результатом экзамена за подписью директора по технической поддержке и обучению европейского представительства компании (документ, подтверждающий успешную сдачу экзамена). После этого открывается возможность перехода на более сложный уровень обучения.

Принципиальная политика составителей сайта состоит в том, что каждый более слож-

ный уровень обучения доступен только после успешной сдачи экзамена предыдущего уровня.

Наглядность и интерактивность

Профессионалы, разработавшие портал, сделали все, чтобы процесс обучения был интересным, простым, наглядным и интерактивным.

Материал разбит на главы, которые достаточно легко усвоить, поскольку каждая из них не перегружена информа-

цией, а для показа конструкции узлов автомобилей активно используется трехмерная анимированная графика с элементами игр: пользователь может рассмотреть деталь в трехмерном изображении со всех сторон, вращая ее на экране, «перетащить» деталь в нужное место узла, проверив правильность выбранного положения на схеме.

«Клик» по чертежу увеличивает масштаб изображения.

Для ряда мобильных устройств существует офлайн-версия. Ее можно скачать на устройство и учиться в удобное время (хоть в транспорте) независимо от наличия Интернета.

Информационно-учебный портал Campus уже сегодня насчитывает около 5 тыс. подписчиков, среди которых представители Украины, России и Республики Беларусь занимают лидирующие места.

Проводимая сейчас в нашей стране акция (см. информацию в журнале) направлена на увеличение популярности данного портала и на привлечение новых подписчиков, которые смогут применить приобретенные знания на практике. ■



CAMPUS

WWW.FMCAMPUS.EU



App Store



App Store

Акция!!!

Первые 100 зарегистрировавшихся пользователей F-M Campus, которые успешно сдали экзамен с 17 марта по 20 апреля 2014 г. всех 4-х модулей обучения по тормозной системе и суммарно набравшие максимальное количество баллов, получат ценные призы от компании Federal-Mogul.
Объявление победителей и вручение призов – 1 Мая 2014 г. на сайте www.fm-plus.net

Призы:

1 место - iPhone 5S (64Gb)	3 место - iPad mini (64Gb)
2 место - iPad Retina (128Gb)	4 место - iPod touch 5 (64Gb)
5-8 места - iPod nano 7 (16Gb)	
9 - 13 места - Акустическая система Jawbone Jambox	
14 - 100 место - F-M CAMPUS USB 16 Gb	

FM+
www.fm-plus.net

Скачайте приложение Federal-Mogul. Вы получите призы от компании.

С нашими приложениями еще проще вводить штрих-коды, скачайте их для iPhone и Android бесплатно.

Как использовать приложения?













Внимание будущему рынка



KYB Europe открыла в Чехии новый завод по производству пружин подвески автомобиля. Компания уделяет большое внимание будущему рынка постгарантийного обслуживания автомобилей.

Процесс изготовления на заводе KYB в Хрудиме соответствует высочайшим современным стандартам. Дробеструйная обработка, выполняемая под тщательным контролем, значительно увеличивает долговечность пружины. Перед порошковой окраской на все пружины K-Flex наносится специальное покрытие. Оно создает на поверхности тонкую фосфатную пленку, которая защищает пружины от коррозии и имеет хорошее сцепление с лакокрасочным покрытием.

Достанется всем

Компания Bridgestone представила последние разработки, а именно три летние шины семейства Ecoria:

- Ecoria EP150 – для автомобилей компакт- и среднего класса;
- Ecoria EP200 – для автомобилей среднего и премиум-класса;
- Ecoria EP850 – для вседорожников и кроссоверов.

Заявить о себе покрышка Ecoria EP150 смогла еще до начала продаж, так как была выбрана многими автопроизводителями для первичной комплектации. Такого внимания со стороны производителей автомобилей удалось достичь за счет очень важных для потребителей характеристик, а именно экономии топлива, длительного срока службы и улучшенных характеристик на мокрой дороге.

Шины стали воплощением всех последних разработок и инноваций, призванных повысить показатели на мокрой дороге, снизить значение сопротивления качению и максимально увеличить срок службы. При использовании Ecoria EP200 удалось достичь экономии топлива в размере 12,3%.

Компания Bridgestone не оставила без внимания владельцев кроссоверов и вседорожников. Им гарантировать превосходный уровень безопасности будет шина EP850. Производителям удалось сократить тормозной путь на 4,1%, а расход топлива на 3,9% путем уменьшения коэффициента сопротивления качению на 15,7% (если сравнить со стандартными шинами).

Выделение цветом



Philips выводит на рынок новую линейку галогенных автомобильных ламп Philips ColorVision.

Теперь придать эксклюзивность автомобилю достаточно легко, заменив лампы головного света. С новинкой лампы фар приобретут голубой, зеленый, желтый или розовый оттенки, а цвет светового потока никак не изменится.

Благодаря уникальной технологии цветного покрытия колб, при включении фар отражатели окрашиваются в один из выбранных цветов, а на дорогу перед автомобилем проецируется насыщенный белый свет.

Помимо уникальных цветовых оттенков автомобильные лампы Philips ColorVision обладают повышенным световым потоком, который увеличен на 60% по сравнению с обычными галогенными лампами. Благодаря увеличенному световому потоку водитель сможет намного лучше видеть проезжую часть, а также обочину, что способствует повышению безопасности передвижения.

Беспорный лидер



Были названы самые востребованные товары хай-тек, а именно автомагнитолы и навигаторы, которые вызывают наибольший интерес у пользователей Интернета в определенный период времени.

Самым популярным навигатором оказался Explay Onliner2. Размер и технические характеристики превращают этот автогаджет в полноценный планшет. Цветной сенсорный дисплей с диагональю 7 дюймов и разрешением 1024x600, процессор частотой 1,2 ГГц и 8 Гб встроенной памяти позволяют не только смотреть видео, играть в игры или слушать музыку, но и работать в офисных приложениях. Устройство функционирует на базе Android 4.1 и поддерживает все основные виды связи – Wi-Fi, 3G и Bluetooth. Две видеокамеры позволяют полноценно общаться с друзьями в видеочате. Навигационный функционал навигатора обеспечивает Navitel.

Что касается автомагнитол, то тут беспорный лидер Pioneer MVH-150UB. Это воплощение автозвучкового минимализма – только самое необходимое. Подобный аскетизм принес гаджету популярность среди пользователей – ближайшего преследователя он опережает почти в два раза.

Салонные фильтры Corteco

Компания предлагает широкий ассортимент салонных фильтров, как угольных, так и обыкновенных.



The Perfect Change

Причем в отличие от большинства конкурентов, представленных на рынке, в одном и том же применении мы всегда предлагаем альтернативу, т.е. если в оригинальном оснащении на какой-то автомобиль есть угольный фильтр, то у нас есть более дешевая альтернатива, и наоборот. Мы даем конечному потребителю право выбора.

История

Товарный знак салонных фильтров Corteco Micron Air. Это товарный знак нашей продукции.

Откуда это все пошло.

Это все идет от конвейера, потому что на сегодняшний день более 80% всего европейского автомобильного парка имеет на первичной комплектации салонный фильтр с логотипом Micron Air. (С оригинальными значками автопроизводителя.)

Как и в любой товарной группе, которую мы предлагаем, Micron Air является по сути НИИ полного цикла, который входит в «Фройденберг групп». Это подразделение занимается не просто производством салонных фильтров, а экспериментальной разработкой самого фильтрующего материала, а также различных компонентов типа пропиток... и всего того, что на выходе дает готовый продукт – фильтр салона.

Здесь есть свое ноу-хау

В 1996 г. компания Corteco вместе с американской компанией 3М запатентовали так называемый нетканый синтетический волоконный фильтрующий материал. Фильтр Micron Air

представляет собой достаточно приличного веса и плотности синтетический материал, который и обеспечивает фильтрацию.

«Фройденберг групп» запатентовала его для фильтрации воздуха в салоне автомобиля, американская компания 3М применяет аналогичный материал для использования в масках, респираторах и средствах индивидуальной защиты.

Концепция фильтрации

Сэндвич-структура. Трехслойная система синтетического нетканого материала, где первый слой состоит из самых крупных волокон и предназначен для удержания самых больших фракций и частиц.

Второй слой – волокна, которые имеют электростатический заряд. Именно за счет этого заряда они притягивают мелкие частицы. Внешний слой является смесью первого и второго и задерживает все те остатки, которые не задержали первые два.

Рекомендация использования

Срок службы салонного фильтра в российских (среднестатистических) условиях – 15 тыс. км пробега. Но в зависимости от региона эксплуатации период эксплуатации может варьироваться от 10 до 15 тыс. км.

Рекомендация любого автопроизводителя – по возможности менять фильтр салона не реже двух раз в год. Весной после зимнего сезона и перед зимой после пыльного жаркого лета. Это элементарные необходимые вещи.

В чем принципиальная разница обыкновенного фильтра и угольного? У обыкновенного фильтра три фильтрующих слоя, а у угольного фильтра – четыре. Четвертым слоем будет слой активированного угля.



Функциональная разница следующая

Угольный фильтр (фильтр, имеющий слой активированного угля) обладает возможностью фильтрации вредных газов, которые выделяются мегаполисом.

Фильтруют они одинаково. У угольного есть дополнительная функция поглощения вредных газов. Это особенно ощутимо, когда заслонка кондиционера закрыта и воздух начинает циркулировать внутри салона.

Любой фильтр – это некая гармошка, гофрированный материал. Если его после 15 тыс. км растянуть в ровную поверхность, то загрязнения будут равномерно распределены по всей поверхности фильтрующего материала. В то время как у низкокачественных аналогов загрязнения будут распределены исключительно неравномерно. Ребра жесткости будут практически чистыми, а между складками будет огромное количество грязи. (На ребрах жесткости деформированный фильтрующий материал пропускает значительное количество грязи.)

К способам идентификации качественного салонного фильтра можно отнести простой и доступный метод – взвешивание нового фильтра.

Хороший качественный фильтр, как правило, тяжелее своего низкокачественного аналога. Потому что любой синтетический плотный фильтрующий материал по определению тяжелее, чем бумага.

Обязательно должно соответствовать количество ребер или складок количеству таких же складок в оригинале. Количество этих складок говорит о площади фильтрующей поверхности. Если складок меньше, а у низкокачественных аналогов совершенно

точно не больше, а меньше, то соответственно площадь фильтрации меньше.

Определить, что за материал перед вами, можно растяжением. Синтетика хорошо растягивается и возвращается в исходное положение. А бумага, покрытая непонятно чем, рвется.

Самый большой плюс синтетического фильтрующего материала (по сравнению с бумажным элементом с каким-либо покрытием – неважно каким) состоит в том, что синтетика достаточно гидрофобна. Она неплохо выталкивает влагу и как минимум лучше противостоит впитыванию влаги. Для салонного фильтра это принципиальный критерий, потому что если салонный фильтр становится влажным, то он мгновенно из фильтра превращается в рассадник для размножения вредной патогенной микрофлоры.

Он намок, и различного рода бактерии размножились, потом вы включили кондиционер, пахло неприятно, и на лобовом стекле изнутри появилось запотевание. Это говорит о том, что салонный фильтр недостаточно сухой.

Есть еще один момент – в случае экстренной ситуации и воспламенения моторного отсека бумажный фильтр будет гореть гораздо лучше, чем синтетика (применена синтетика, устойчивая к воспламенению). Там есть химическая пропитка, отвечающая в том числе и за сопротивление воспламенению.

Все это производится в Германии. Упаковывается в индивидуальную картонную коробку, внутри – в запаянном полиэтиленовом пакете. Есть инструкция по монтажу и демонтажу. На коробке русский ярлык и необходимая для клиента информация. ■

Вектор развития

Сегмент смазочных материалов сегодня один из наиболее активно развивающихся в автопроме. Это и понятно – ужесточение экологических нормативов и возросшие потребительские запросы требуют самой совершенной, самой высокотехнологичной продукции. О направлениях развития этого сегмента мы беседуем с Майком Бьюси, директором по продажам и маркетингу компании Comma.



Михаил Калинин

Как ужесточение экологических нормативов отражается на характеристиках смазочных материалов, используемых в автомобильной промышленности и постпродажном сервисном обслуживании?

– Ужесточение экологических требований и норм требует от производителей сокращать уровень расхода техникой продуктов нефтепереработки. Одна из приоритетнейших задач в этой связи – сокращение расхода смазочных материалов. Это уже привело к росту интервала между регламентным техническим обслуживанием и сокращению среднего объема картера автомо-

бильного двигателя. Ключевым моментом здесь является то, что чем дольше используется масло, тем реже приходится менять его, что и приводит к сокращению отходов. В 1980 г. средний максимально возможный пробег между сервисными интервалами составлял 10 000 км, и, начиная с этого момента, наблюдается устойчивый рост этого показателя. Наиболее совершенные легковые автомобили сегодня способны проходить без замены масла до 50 000 км, и тенденция увеличения этого показателя будет сохраняться и дальше. Рост интервала между ТО требует, чтобы моторное масло было способно сохранять вязкость в пять раз дольше, чем это было в

1980-х гг., а это может быть достигнуто только за счет использования специально разработанных, полностью синтетических продуктов, соответствующих передовым OEM-спецификациям. Портфель Comma предлагает целый ряд таких продвинутых продуктов, отвечающих тенденциям и требованиям современного автотранспорта.

– Как в этой связи изменяются требования к сервисному обслуживанию? К станциям технического обслуживания?

– С развитием технологий производства двигателей и, как я уже сказал, уменьшением объема картера и усилением тенденции в сторону сокращения выбросов, перед автомастерскими стоит за-

дача соответствовать новейшим требованиям и технологиям в индустрии моторных масел.

Современные автомобили становятся все более сложными и в то же время надежными. Это ставит перед автомастерскими вопрос сохранения уровня рентабельности – ведь нужно обеспечивать доходность бизнеса в условиях роста доли в автопарке «продвинутых» транспортных средств, которым ремонт требуется реже.

В этих условиях компания Comma видит тенденцию перехода от масел с высокой вязкостью к низковязким, к продуктам с улучшенными показателями экономии топлива и низким уровнем выбросов, спе-

циально созданным для конкретных моделей автомобилей.

Выбор оптимального продукта для конкретной марки автомобиля может быть сложным, но здесь помогают базы данных по применимости продукции, такие, например, как функция поиска оптимального продукта, реализованная на сайте CommaOil.com. Она дает возможность подобрать лучшее моторное масло, тормозную или охлаждающую жидкость по марке и модели автомобиля.

– И охлаждающие жидкости теперь тоже нужно подбирать по марке и модели транспортного средства?

– Как недавно заявили представители немецкого химического гиганта BASF, не существует универсальной охлаждающей жидкости, которая имела бы официальное одобрение от всех производителей. Сейчас на рынке есть три совершенно разные технологии производства антифризов: на силикатной основе (Silicate-based), на основе органической добавки (Organic Additive Technology, OAT) и силикатизированный OAT (Si-OAT).

Продукты на основе этих технологий по-разному защищают от коррозии и эрозии, и важно понимать, что их одновременное использование может нанести вред автомобилю, если в его спецификации прямо не говорится, что это можно. Функция поиска оптимального антифриза по марке и модели автомобиля, как я уже сказал, реализованная на сайте CommaOil.com, помогает выбрать правильный продукт из линейки Xstream и использовать его без всяких волнений.

Среди наших самых свежих продуктов в этом сегменте Xstream G48 Antifreeze & Coolant Concentrate. Он имеет официальные одобрения: General Motors (Vauxhall, Opel) B 040 0240, BMW (Rover) N 600 69.0, Saab 690 1599, VW/Audi/Seat/Skoda/Porsche (TL774-C), Mercedes Benz/Maybach/Smart (DBL 7700.20/325.0), Volvo (1286083 Issue 002), MAN 324NF, MAN B&W List 3.3.7, MTU MTL 5048, Liebherr TLV 035, TLV 23009A. Это готовый антифриз сине-зе-

леного цвета, созданный на основе BASF Glystantin (G 48). Он не содержит нитритов, фосфатов, аминов. Подходит для автомобилей с бензиновыми и дизельными двигателями. Защищает от коррозии, эрозии, перегрева и замерзания. Работает при температуре окружающей среды от -36°C до $+45^{\circ}\text{C}$. Обеспечивает максимальную защиту на протяжении трех лет.

Еще не так давно мы запустили готовую к использованию охлаждающую жидкость Xstream G40 (сиреневая). Она официально одобрена: VW, Audi, Seat, Skoda, Bentley, Lamborghini (TL774-G) для автомобилей, выпущенных после 2005 г., MAN 324 Typ Si-OAT, MB 325.5, Porsche (с 1997 г.). Подходит для Scania (TB 1451). Этот антифриз создан по Технологии органических кислот (OAT) на основе BASF Glystantin (G 40) – новейшей технологической разработки химического концерна. Продукт содержит комплекс высокотехнологичных силикатных присадок. Обеспечивает максимальную защиту на протяжении пяти лет. Работает также при температуре окружающей среды от -36°C до $+45^{\circ}\text{C}$.

Подобные продукты появляются потому, что традиционный массовый антифриз больше не соответствует строгим критериям современного автомобиля. Это, с учетом того что за последние 15 лет было зарегистрировано более 25 миллионов новых легковых автомобилей и легких коммерческих автомобилей, создает огромный потенциальный рынок для автомастерских, которые должны помогать своим клиентам выбирать правильные продукты в соответствии со спецификацией производителя.

Автомастерские должны делать все от них зависящее, чтобы убеждать клиентов в необходимости и преимуществах зимнего обслуживания, ведь это повышает безопасность транспортного средства и помогает предотвратить поломки вследствие суровой погоды. Как минимум автомастерские должны предлагать бесплатные проверки

и производить замену или дозачистку при необходимости.

– То есть для того, чтобы адекватно ориентироваться во всем многообразии продуктов, технологических инновациях и проч., сотрудник ремонтной организации сегодня должен иметь самый высокий уровень профессиональной подготовки...

– Несомненно, так. Мы постоянно заботимся о профессионализме персонала отраслевых организаций. В прошлом году мы открыли академию онлайн-обучения. Она призвана повысить качество информации о продуктах компании и последних достижениях в отрасли для наших дистрибьюторов и клиентов, обеспечив самый высокий уровень их обслуживания.

Обучение в академии построено на модульной основе предоставления информации, которая доступна на семи языках: английском, голландском, норвежском, польском, румынском, русском и турецком.

Первый модуль содержит информацию о моторных маслах для легковых автомобилей. Последующие модули будут информировать о последних технологиях изготовления различных рабочих жидкостей для автомобиля. В модулях представлена вся информация о продуктах для конкретных моделей автомобилей, включая вязкость и другие технические характеристики, а также общая информация о конструкции двигателей и экологическом законодательстве.

Модули призваны служить источником интерактивной информации и базой для обучения персонала автомастерских и дистрибьюторов. Доходчивая и увлекательная форма изложения материалов помогает смоделировать поведение потребителей.

Мы хотим предоставлять полезную информацию, которая поможет дистрибьюторам и автомастерским в работе с их клиентами по выбору лучших продуктов. Одновременно она расширит их базу знаний о достижениях в отрасли и повысит качество услуг, предоставляемых клиентам.

Полный цикл работы с модулем занимает не более 20 минут. У обучающегося есть возможность вернуться к прочитанному и пройти обучение столько раз, сколько ему потребуется.

– Но вернемся к автомобильным маслам. Как организовано производство современных смазочных материалов на заводах вашей компании?

– Масла Comma изготавливаются в Великобритании из сырья самого высокого качества, включая базовые масла ExxonMobil и произведенные специально по заказу Comma присадочные комплексы от лидеров рынка –Lubrizol, Infineum и Chevron. Продукты Comma разрабатываются с таким учетом, чтобы обеспечить максимальную надежность работы двигателя и максимально длительный срок его службы. Они производятся в соответствии с инструкциями, предоставляемыми производителями автотехники и в соответствии с правилами ЕС.

Компания гордится высокими стандартами своего производства и контроля за качеством. Каждая партия моторных масел Comma проходит всесторонние проверки, включая сэмплинг и бенчмаркинг. Сэмплинг – это когда из каждой партии своей продукции методом случайной выборки отбираются образцы и тестируются в лаборатории Comma с целью выявления их соответствия требованиям наших спецификаций. Бенчмаркинг – мы всесторонне анализируем все представленные на рынке модели автомобилей с точки зрения потребления ими масел. Это очень важно, поскольку дает нам возможность производить масла, которые удовлетворяют требованиям подавляющей части автопарка. В итоге достигаются гарантии стабильного качества всех продуктов компании и их соответствие жестким требованиям автопроизводителей и отраслевым стандартам, включая ACEA.

В Европе, чтобы производитель моторных масел получил право ставить на упаковке своих продуктов знак соответствия требованиям Европейской

ассоциации производителей автомобилей (АСЕА), необходимо зарегистрироваться в АТИЕЛ и соответствовать «Нормам и правилам» этой организации. Comma постоянно подтверждает свое соответствие принципам АТИЕЛ с момента своей регистрации в 1997 г., и это дает компании право декларировать соответствие всех своих продуктов самым последним техническим требованиям АСЕА.

В прошлом году эксперты по маслам и химическим продуктам технической ассоциации европейских производителей масел АТИЕЛ продлили «Сертификат соответствия» этой организации еще на два года. Comma считает своим долгом обеспечивать превосходство качества своей продукции над действующими нормами отрасли. С самого момента основания Comma использует сырье самого высокого качества и жестко контролирует технологические процессы, используя самые строгие процедуры контроля качества и обеспечивая экспертный уровень производства. Это гарантирует непрерывное соответствие продуктов Comma самым жестким требованиям автопроизводителей и таким отраслевым стандартам, как АСЕА.

Бескомпромиссный подход Comma к качеству продуктов и соблюдению технических требований гарантирует душевный комфорт потребителей этого бренда. Дистрибьюторы и автомастерские могут предлагать продукты компании Comma своим клиентам в полной уверенности в их безупречном качестве.

Кроме того, Comma представляет каталог применимости своей продукции для более 7000 моделей пассажирских и легких коммерческих автомобилей, включая информацию по автомобилям 30-летней давности. Эти данные доступны в печатном и электронном виде, на сайте CommaOil.com, их также получают дистрибьюторы компании на тренингах и семинарах. Таким образом, наши покупатели могут быть уверены в том, что продукция Comma отвечает самым высоким стандартам качества.

В 2012 г. каталог применимости продуктов Comma для автомастерских признан лучшим по результатам опроса читателей журнала «Professional Motor Mechanic». Лучший продукт по версии журнала определяется службой по работе с отзывами читателей, а также путем анализа работы тех производителей и поставщиков, которые внесли значительный вклад в расширение возможностей независимых профессиональных механиков по предоставлению услуг по обслуживанию и ремонту высочайшего уровня, предъявляемого в наши дни, будь то инноваци-



онные детали или инструменты, оборудование для выявления неисправностей или маркетинговые средства, как, например, постеры и литература с технической информацией. Каталог применимости продуктов Comma для автомастерских остается одним из наиболее популярных материалов, который размещался на страницах журнала.

Являясь уже достаточно долгое время признанным источником точных данных в области послепродажного обслуживания автомобилей по применению моторных, редукторных и трансмиссионных масел и охлаждающих жидкостей, каталог применимости продуктов Comma для автомастерских является проверенным ориентиром для независимых дистрибьюторов и 13 000 механиков, участников программы профессиональных партнеров Comma.

– *Говоря о маркетинге и взаимодействии с автосервисными организациями, сразу вспомнишь различные программы, которые предлагают производители смазочных материалов своим партнерам из СТО. У Comma, насколько мне известно, в России такой программы нет. С чем это связано?*

– Мы знаем, что рынок России переполнен такими программами, и мы видим, что многие из них не работают должным образом. Многие автомастерские не любят брать на себя обязательства по объемам закупок продукции, поскольку это ограничивает свободу выбора поставщика на несколько лет. Не все автомастерские соблюдают взятые обязательства. Некоторые из них пытаются искать обходные пути, покупают более дешевые смазочные масла или устанавливают отношения с несколькими инвесторами одновременно. Если поставщик смазочных материалов не в состоянии контролировать свои инвестиции, то существует



вероятность того, что автомастерские будут держать оборудование от одного поставщика и приобретать смазочные материалы от другого.

В то же время в сегменте авторизованного автодилерства договоры о сотрудничестве подразумевают очень серьезные инвестиции, и на данный момент мы не намерены использовать такой подход. Мы пытаемся взглянуть свежим взглядом на сегмент независимых автома-

стерских и разработать реально работающие инвестиционные программы специально под выбранных партнеров. Мы хотим дать им то, что действительно необходимо для их развития в настоящее время. Мы считаем, что в будущем именно этот сегмент будет в России основным потребителем моторных масел и смазочных материалов, и именно на нем мы собираемся сосредоточиться по мере роста нашей дистрибьюторской сети в стране.

Мы еще не выработали стандартную программу поддержки автомастерских. В наше предложение, вероятно, войдут несколько ключевых элементов, таких как насосы, стенды для продуктов, брендированная униформа для работников автомастерских, расходные материалы, инструменты, элементы декора, световые панели, то есть стандартный набор поддержки для всех рынков. Но наше предложение будет также индивидуально подстраиваться под каждого клиента.

– *Ну и в заключение расскажите немного о своих новинках.*

– Наша самая свежая новость состоит в том, что Comma перезапустила линейку Performance Motor Oil. С декабря 2013 г. в обновленную линейку войдут два новых сорта – Pro-NRG 0W-20 и Voltech 0W-30, расширяя охват парка автомобилей на международных рынках в рамках реализации плана развития Comma.

Все масла Comma линейки РМО, включая новые сорта, впервые появятся на международных рынках в четырехлитровых емкостях в дополнение к уже используемым упаковкам объемом 5 и 20 л.

Теперь линейка РМО компании Comma включает четырнадцать продуктов. Полностью синтетические и полусинтетические масла с низким индексом вязкости обеспечивают полную защиту двигателей от износа.

Новые сорта масел этой линейки продуктов поступят в продажу в новой упаковке с обновленным логотипом Comma. Эти новшества будут распространены на все продукты Comma в ближайшие месяцы. ■

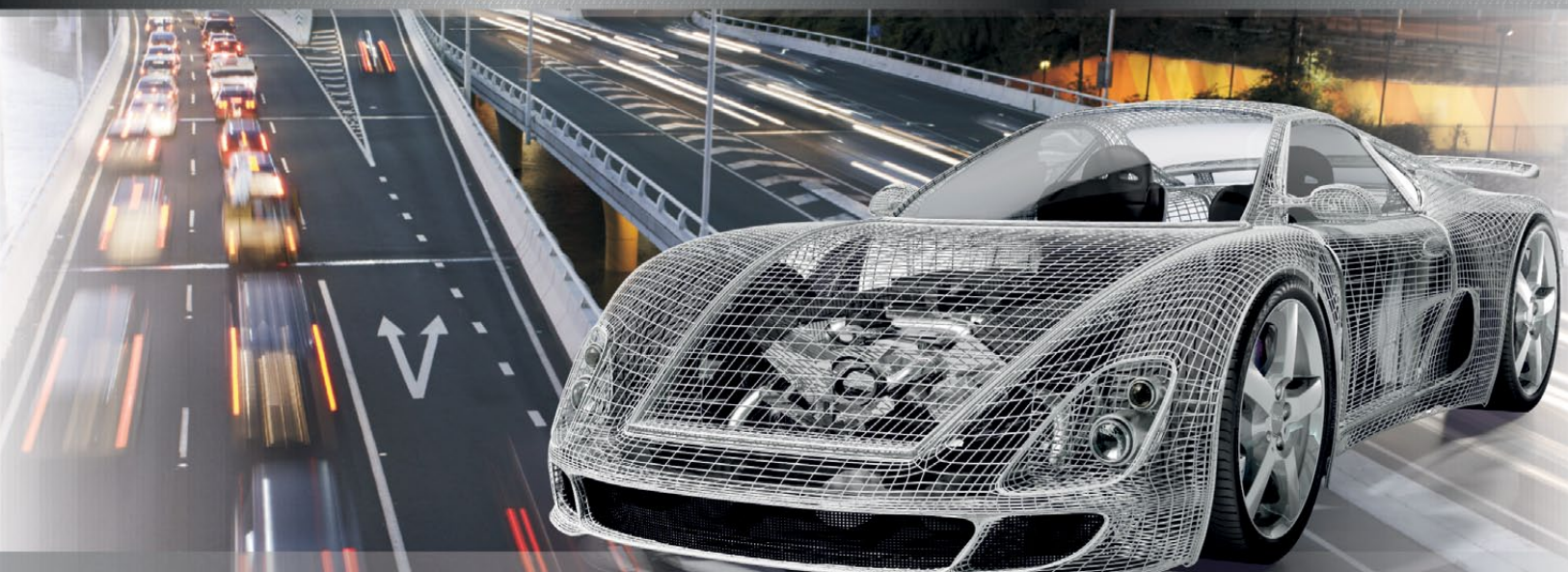
28 – 31 мая 2014



Новосибирск

АВТОСИБ

Выставка запасных частей, автохимии, автоаксессуаров, оборудования и технического обслуживания автомобилей



www.AutoSibExpo.ru

ИТЕ Сибирь
Россия, 633102, Новосибирск,
ул. Станционная, 104
Тел.: +7 (383) 363-00-36, 363-00-63
shmigidin@sibfair.ru



Ах, лето...

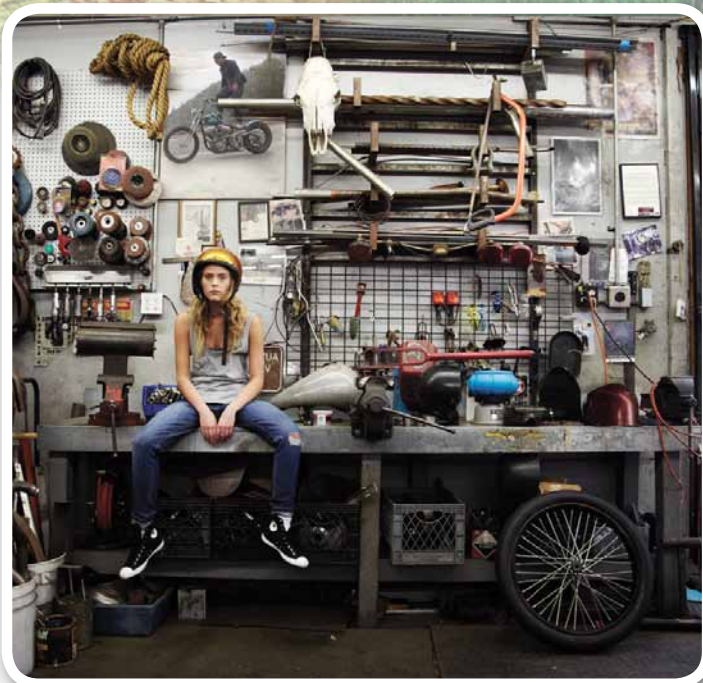
Подготовить машину к зиме многим автовладельцам нажется делом естественным. Гораздо менее очевидно выглядит необходимость подготовки к лету. Однако на самом деле сервис вполне может включить такую позицию в перечень предлагаемых клиентам услуг.

Денис Ютапов

Неочевидная необходимость

Сложность здесь в том, что такую услугу действительно труднее обосновать. Вроде бы лето – куда более благоприятное время для эксплуатации автомобиля. Ни тебе не заводящихся от мороза по

утрам двигателей, ни обмерзающих дворников, ни загустевшего масла. Поэтому предложение такой услуги без подробного объяснения ее сути может части клиентов показаться навязыванием. Чтобы этого не произошло, потребуется, во-первых, грамотная работа мастера-консультанта, объясняющего важность таких работ, а во-вторых, услуга обяза-



тельно должна включать в себя бесплатную диагностику. И в любом случае – стоить недорого. Но тогда резонно возникает вопрос, а имеет ли смысл сервису вообще с этой услугой связываться, коли стоимость ее будет невысокой? Можно ли с ее помощью получить доход? Или проще обойти стороной этот вопрос и ничего на злобу дня клиентам не предлагать?

На самом деле при правильном подходе услуга может быть выгодной. Но только, в отличие от подготовки к зиме, которую многие сервисы предлагают в качестве вполне самостоятельной, ее лучше интегрировать с другими услугами, расширяя с ее помощью заказ-наряд.

Алексей Юдаев, руководитель службы сервиса «Независимость Volvo»:

– С середины марта и до конца мая в нашей компании проводится весенняя кампания по подготовке автомобилей к лету. Причем в большинстве случаев по этой акции работы интегрируются с какими-то другими услугами. Например, с шиномонтажом. Человек приезжает поменять колеса, а параллельно ему проводят диагностику. И если она выявляет какие-то проблемы, предлагается провести дополнительный ремонт на условиях акции.

При правильной организации такой подход позволяет максимально сократить расходы на

проведение тех работ по акции, которые производятся с большим дисконтом или вообще бесплатно. На это, собственно, и нужно обращать внимание при организации услуги: в идеале сама технология может быть продумана таким образом, чтобы диагностика и дисконтный ремонт по акции производились с минимальным числом лишних телодвижений. Как – об этом речь пойдет чуть ниже. Сейчас же – два слова о том, какие работы в принципе целесообразно включать в услугу по подготовке к лету. Вопрос важный, так как, повторимся, их набор должен быть хорошо обоснован и связан именно с наступлением нового сезона.

Набор услуг

Зима действительно довольно неприятно сказывается на состоянии машины, и имеет смысл компенсировать это влияние дополнительными регламентными работами. В первую очередь в этой связи целесообразно провести обслуживание тормозной системы.

Федор Науменко, владелец и генеральный директор «ФТ Сервис»:

– Зимой подвеска автомобиля подвергается усиленному воз-

действию реагентов, которыми посыпаяют дороги. Из-за них на элементах подвески образуется неприятный налет, который способствует ускоренной коррозии. В первую очередь от этого страдают элементы тормозной системы. Поэтому при весенней диагностике нужно обязательно обратить внимание на направляющие суппортов, которые после зимы очень часто закипают во втулках. В результате происходит следующее – колодка при торможении сводится, но потом не разводится. На ходу этого, скорее всего, владелец никак не почувствует, однако колодки начинают усиленно тереться о диск. Что приводит к быстрому износу как их самих, так и тормозного диска. А кроме того, происходит перегрев колеса, из-за которого смазка ступичного подшипника разжижается и вытекает. И в итоге клиент попадает на дорогостоящий ремонт. Поэтому я стараюсь убеждать клиентов, что обслуживание суппорта после зимы – процедура обязательная. Ну и, кстати, те из них, кто уже проходил подготовку к лету, с удовольствием соглашаются на проведение таких работ.

Второй момент – условия эксплуатации в летний сезон на самом деле имеют свои неприятные нюансы, особенно если речь идет об эксплуатации городской. Соответственно, подготовка к лету должна адаптировать машину к этим условиям.

Федор Науменко:

– Летний сезон в Москве обычно знаменуется жалобами клиентов на перегревы автомобилей. Поскольку мы в каменных джунглях больше стоим, чем ездим, – в пробках, на светофорах, – под капотом автомобилей начинает все просто плавиться. Система охлаждения работает на пределе своих возможностей. А если при этом ее радиаторы оказываются забиты грязью, она перестает справляться со своей задачей. Поэтому мы обязательно рекомендуем нашим клиентам (естественно, после проведения диагностики, хотя если машине 2–3 года, то почти наверняка такая необходимость будет) перед началом летнего сезона снимать все радиаторы с автомобиля, а их на современных машинах может быть несколько – радиатор двигателя, радиатор системы кондиционирования, на многих машинах еще и собственный радиатор

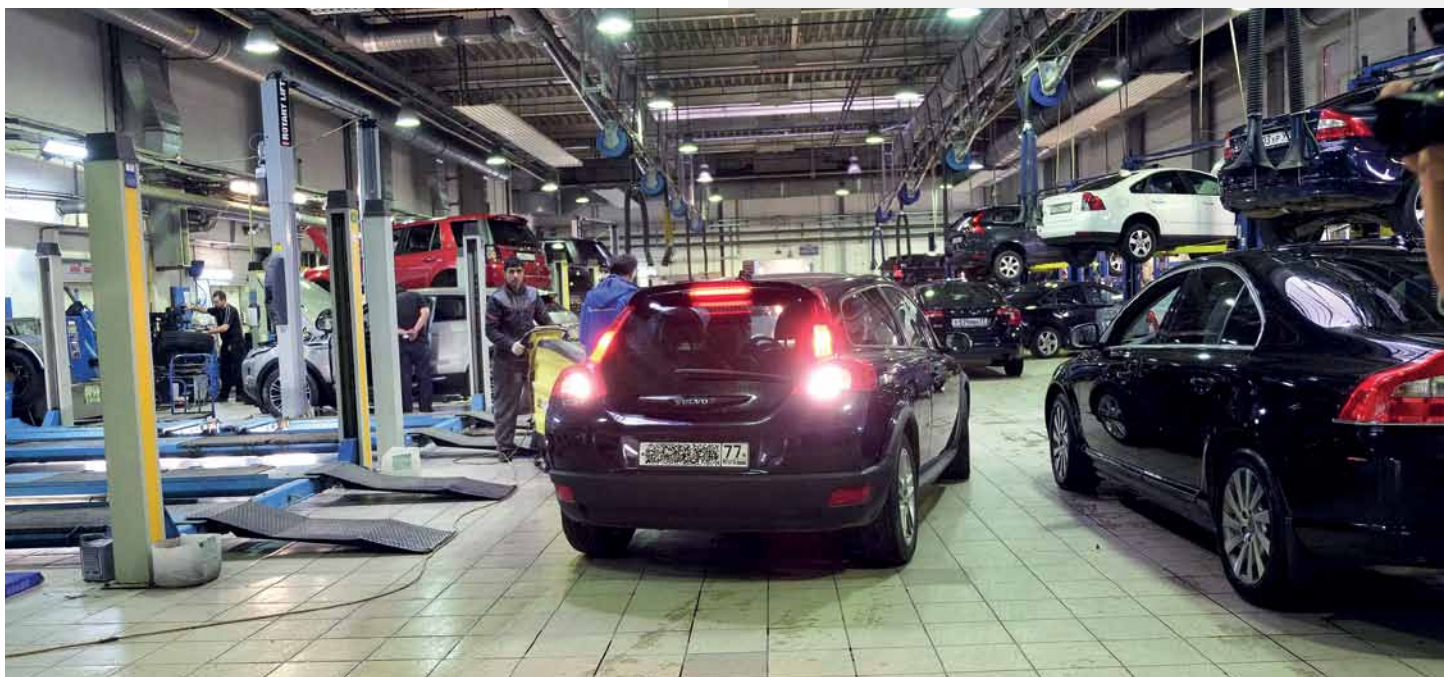
коробки, – и производить их тщательную очистку.

Обычно в летнее время с большей нагрузкой работают все фильтры в автомобиле. Поэтому не лишним будет перед началом сезона предложить клиентам заменить как минимум воздушный и салонный фильтры.

Ну а самой очевидной операцией при подготовке к лету является обслуживание кондиционера. Тут проблем с аргументацией быть не должно – достаточно напомнить клиентам о том аврале, который возникает в автосервисах, занимающихся ремонтом и обслуживанием кондиционеров, каждый раз с наступлением жары: тогда и цены резко подсакаивают вверх, и очереди выстраиваются. Своевременное же обслуживание позволило бы избежать таких авралов в жаркий сезон.

Алексей Юдаев:

– Подготовка автомобилей к лету включает в себя в первую очередь предоставление специальных условий по обслуживанию тормозной системы и системы кондиционирования автомобилей. По нашей статистике, именно работы по этим двум системам пользуются наибольшим спросом. А в этом году по такой программе будет



поддержка даже со стороны импортера.

Обслуживание кондиционеров в рамках такой программы может затрагивать несколько аспектов.

Алексей Юдаев:

– Перед летом имеет смысл заново заполнить систему кондиционирования. А в случае, если производится замена салонного фильтра, мы предлагаем нашим клиентам бесплатно произвести дезинфекцию системы.

Большинство из этих работ представляют собой относительно простые операции, которые можно выполнить за короткое время. Исключение может составить разве что процедура демонтирования и промывки радиаторов с последующей их установкой, которая в некоторых случаях требует проведения большого количества сопутствующих операций и потому занимает много времени. Именно на быстроту проведения работ, а также на их совмещение с другими услугами стоит делать упор при проведении таких акций.

Технология акции

Важно правильно построить технологический процесс: он должен способствовать минимизации временных затрат на проведение работ. Выглядеть процедура может следующим образом.

Как уже говорилось, целесообразно объединять оказание услуг по подготовке к лету с выполнением каких-то других операций. Проще всего – с шиномонтажными работами, в любом случае востребованными в весенний период. Также их удобно объединить с плановым техобслуживанием. Но не возбраняется дополнять ими и вообще любые ремонтные операции. Естественно, во всех случаях – с предварительным согласованием с клиентом.

Предположим, эта услуга интегрируется с работой по шиномонтажу. Даже в этом случае желательно начинать все с мойки автомобиля, пусть даже и технологической. Иначе провести качественную визуальную диагностику на грязном автомобиле



может быть затруднительно.

Дальше автомобиль загоняется на подъемник. В случае интеграции двух услуг без него не обойтись. На подъемнике будет удобно работать не только механику, занимающемуся услугой по подготовке к лету, но и мастеру шиномонтажа. Машина поднимается, шиномонтажник снимает все колеса и отвозит их на пост шиномонтажа, а механик приступает к бесплатной диагностике автомобиля. Во-первых, он проверяет состояние тормозной системы.

Алексей Юдаев:

– Обслуживание тормозной системы в нашей компании начинается с бесплатной визуальной диагностики. Проводится визуальный осмотр дисков и колодок на предмет обнаружения следов износа, затем с помощью измерительных приспособлений измеряется толщина колодок. Заодно проверяются тормозные шланги. Естественно, не должно быть течей. На самих шлангах не должно быть трещин или каких-то других следов механических повреждений.

Если оснащение позволяет, сервис может также проверить плотность тормозной жидкости. Поскольку для этой операции нужно открывать капот, лучше всего для того, чтобы не тратить

время на лишние подъемы и опускания машины, произвести измерения еще до того, как машину поднимут на подъемнике.

Алексей Юдаев:

– Тормозная жидкость гигроскопична. Из-за этого в ходе эксплуатации постепенно падает ее плотность. И соответственно ухудшаются эксплуатационные качества. Поэтому важно контролировать данный параметр. Делается это с помощью специального электронного прибора для контроля плотности тормозной жидкости. Щуп этого прибора датчиком на конце погружается в бачок тормозной жидкости, и в зависимости от диапазона плотности загораются лампочки соответствующих цветов. В случае если плотность окажется ниже нормы (загорится лампочка красного цвета), жидкость необходимо заменить на новую.

При весенней диагностике тормозной системы особое внимание стоит обратить, как уже было отмечено, на направляющие суппортов.

Федор Науменко:

– Колодки должны без усилий расходиться и легко сходиться. На самих суппортах не должно быть никаких отложений и грязи. После зимы проблемы в

этом плане встречаются очень часто. При их обнаружении нужно убеждать клиента в необходимости очистки суппортов.

После диагностики тормозной системы проверяется состояние системы охлаждения.

Алексей Юдаев:

– С чем связано – трудно сказать, то ли с грязью на дорогах, то ли еще с чем, но в последнее время мы отмечаем для себя, что радиаторы очень быстро забиваются. Поэтому очень важна своевременная диагностика их состояния. Причем на радиаторах надо смотреть состояние сот внутри. Рабочая поверхность переднего радиатора как раз не так важна. Проблемы чаще всего возникают не из-за ее загрязнения, а из-за того, что отложения скапливаются между радиаторами. Обнаружить их без труда можно при осмотре машины на подъемнике. Единственная сложность – на современных автомобилях радиаторы обычно снизу закрываются кожухами, и приходится потратить время на то, чтобы демонтировать их.

Однако временные затраты на диагностику окупаются за счет расширения заказа.

Алексей Юдаев:

– По нашей приблизительной статистике, при проведении работ дело заканчивается заменой колодок в 60% случаев. В среднем передние колодки ходят в районе 25–30 тысяч километров. Но бывает, истираются и раньше, и позже. Задние – еще плюс где-то 5–10 тысяч километров пробега.

Также довольно часто диагностика констатирует необходимость промывки радиаторов.

После диагностики состояния радиаторов и тормозной системы целесообразно, пока машина находится на подъемнике, провести все ремонтные работы по тем неисправностям этих систем, которые будут выявлены в ходе диагностики. И только после этого машину приспускают так, чтобы колеса лишь слегка отрывались от пола. И механик с помощью специального оборудования проводит диагностику системы кондиционирования.

Эта последовательность операций позволяет с минимальными трудозатратами обслужить все системы одному механику. Если же работа производится несколькими механиками, тогда, возможно, последовательность будет иной – главное, постараться как можно меньше поднимать и опускать автомобиль при том, что механики постоянно должны иметь фронт работ.

Ремонт

В отличие от диагностики ремонтные работы в рамках услуги по подготовке к лету нецелесообразно предлагать бесплатно. Так же как и запчасти для их проведения не имеет смысла продавать с большим дисконтом. Большинство комплектующих, расходуемых при таких работах, относятся к товарам группы А, продажи которых обычно составляют приличную долю из всех реализуемых запчастей и приносят сервису наибольший доход. Лишать себя этого дохода из-за акции было бы неправильно. Однако некоторый дисконт все же был бы уместен.

Алексей Юдаев:

– Дисконт на колодки и тормозные диски в рамках акции со-

ставляет порядка 15–20%. То же касается и расходников по другим операциям – как правило, на них предоставляется скидка 15%.

В случае если диагностика выявит необходимость ремонта или обслуживания тормозной системы, начинать работы стоит с ее очистки.

Федор Науменко:

– Для этого надо снять суппорт, разобрать и шкуркой отчистить налет со всех трущихся деталей, после чего заправить маслом и поставить суппорт на место. Процедура занимает 15–20 минут на передних тормозах и примерно столько же на задних.

Затем по необходимости меняются колодки, тормозная жидкость, диски и шланги. При этом для проведения работ желательно использовать специ-



альные съемники для суппортов, тормозных колодок и шлангов, это существенно упростит и ускорит работы и к тому же обезопасит от возможной поломки суппорта.

При промывке радиаторов главной проблемой, отнимающей наибольшее время, обычно оказывается их съемка.

Алексей Юдаев:

– На Volvo процедура промывки всех радиаторов – довольно длительная: реально на нее тратится порядка 4–5 часов. Пока все радиаторы демонтируют, пока промоют, пока установят заново, пока направят новую охлаждающую жидкость...

При этом с самой промывкой обычно вопросов не возникает. Хотя и тут есть ряд нюансов, которые необходимо учитывать при проведении работ.

Федор Науменко:

– Просто водой очистить закипавший налет из грязи, пуха, масла и всего того, что летит с дороги на радиатор автомобиля, проблематично. Требуются определенные моющие средства. Специальных средств для промывки внешней поверхности радиаторов, насколько мне известно, не существует. Поэтому мы смешиваем собственный кокосином, который оставляем на радиаторе минут на 15–20, а затем смываем его сильным мыльным бесщелочным раствором. Для промывки используется мойка высокого давления со

специальной насадкой, позволяющей делать струю достаточно сильную, но послабее, чем на обычной мойке. При работе с моющим аппаратом надо помнить, что, промывая радиатор, нельзя бить струей воды под косым углом: от этого соты загибаются и радиатор можно выбрасывать. Струя воды должна подаваться строго перпендикулярно поверхности радиатора.

Что же касается кондиционеров, то их заправка производится с помощью специального аппарата. Некоторые из таких приспособлений также позволяют провести дезинфекцию системы. Кроме того, дезинфекцию можно проводить с помощью

специального, рассчитанного именно на эту операцию приспособления.

Алексей Юдаев:

– Мы используем специальный распылитель с длинным носиком, который достает до испарителя. Материал же используем оригинальный от Volvo, разработанный специально для дезинфекции систем кондиционирования этих машин.

Хотя в основном работы по подготовке автомобиля к лету не являются особенно емкими по расходу запчастей, тем не менее, готовясь к такой акции, сервису имеет смысл подумывать о своевременном расширении запаса тех комплектующих и материалов, которые могут быть затребованы при проведении акции. В первую очередь это детали тормозной – колодки, диски, тормозная жидкость и пр. Многие из них являются расходниками. Что облегчает в значительной степени обеспечение акции.

Алексей Юдаев:

– Мы прорабатывали вопрос количества запчастей для акции. И пришли к выводу, что специально под нее расширять объемы хранящихся на полках запчастей нет никакого смысла. Запчасти, которые участвуют в акции, – это самые ликвидные детали, и они всегда есть на складе в достаточном объеме. Система отслеживает их количество и дает команду на дозаказ при снижении его ниже страхового минимума. Возможно, что в ходе акции закупать детали придется чаще, однако тот страховой минимум, который поддерживается, гарантирует от полного расхождения всех деталей.

В заключение отметим, что, кроме непосредственно работ по ремонту и обслуживанию автомобиля, сервис может включить в акцию по подготовке авто к лету продажу летних аксессуаров, замену щеток стеклоочистителя – кстати, весьма актуально после зимы – и прочие мелкие услуги, которые в комплексе с основными работами способны дать вполне чувствительный доход и тем самым способствовать успеху акции. ■

10-я международная выставка
автомобильной индустрии

ИНТЕРАВТО



28-31 августа 2014 года

+7 (495) 727-26-31
www.interauto-expo.ru

Крокус Экспо



Автокомпоненты и запчасти

Автохимия

Автоаксессуары



Автоэлектроника

Гаражное и сервисное
оборудование

МВЦ «Крокус Экспо»: 65-66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе), станция метро «Мякинино»

Организатор:

КРОКУС ЭКСПО
Международный выставочный центр

Генеральные
информационные партнёры:

АВТО РАДИО Зарулем

Официальный
информационный партнёр:

АВТО МИР ТЕСТ-ДРАЙВ

Информационный партнёр
МВЦ «Крокус Экспо»:

БВ

12+

Внимание! Акция!

Уважаемые читатели!

Редакция журнала «Автокомпоненты» совместно с брендом **PETRO-CANADA** проводит акцию: **первые двадцать подписавшихся** в 2014 году на журнал «Автокомпоненты» получат один из подарков бренда **PETRO-CANADA**: **5-литровую канистру моторного масла, толстовку, тенниску, кепку.**

PETRO-CANADA SYNTHETIC MOTOR OIL SAE 5W-40 (EU)

Синтетическое всепогодное моторное масло для легковых и спортивных автомобилей, фургонов и легких грузовиков, оборудованных бензиновыми или дизельными двигателями.

- Произведено на основе базового масла, очищаемого на 99,9% по уникальной запатентованной технологии компании «Петро-Канада»;
- Обеспечивает максимальную защиту двигателя при резких перепадах температур;
- Сохраняет необычайную текучесть при низких температурах, обеспечивает легкий «холодный пуск» двигателя;
- Позволяет продлить интервалы между заменами масла.

Превосходит следующие стандарты:

**API SM/CF
ACEA A3/B4/C3
MB 229.51, BMW LongLife-04, Porsche, VW 500/505/505.01**



Акция!



Квитанция	Получатель платежа: ООО "Макс Медиа" ИНН: 7727762050 КПП: 772701001 Рас.с.: 40702810700000001360 В ОАО "Промсвязьбанк" Кор.сч.: 30101810400000000555 БИК: 044525555																																										
	ФИО, адрес, телефон																																										
Кассир	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="12">Журнал "АВТОКОМПОНЕНТЫ" 2014 год</th> </tr> <tr> <th>№1</th><th>№2</th><th>№3</th><th>№4</th><th>№5</th><th>№6</th><th>№7</th><th>№8</th><th>№9</th><th>№10</th><th>№11</th><th>№12</th> </tr> <tr> <td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th>Вид платежа</th><th>Дата</th><th>Сумма</th> </tr> <tr> <td>Оплата подписки</td><td> </td><td> </td> </tr> </table> Плательщик _____	Журнал "АВТОКОМПОНЕНТЫ" 2014 год												№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12													Вид платежа	Дата	Сумма	Оплата подписки		
	Журнал "АВТОКОМПОНЕНТЫ" 2014 год																																										
№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12																																
Вид платежа	Дата	Сумма																																									
Оплата подписки																																											
Квитанция	Получатель платежа: ООО "Макс Медиа" ИНН: 7727762050 КПП: 772701001 Рас.с.: 40702810700000001360 В ОАО "Промсвязьбанк" Кор.сч.: 30101810400000000555 БИК: 044525555																																										
	ФИО, адрес, телефон																																										
Кассир	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="12">Журнал "АВТОКОМПОНЕНТЫ" 2014 год</th> </tr> <tr> <th>№1</th><th>№2</th><th>№3</th><th>№4</th><th>№5</th><th>№6</th><th>№7</th><th>№8</th><th>№9</th><th>№10</th><th>№11</th><th>№12</th> </tr> <tr> <td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th>Вид платежа</th><th>Дата</th><th>Сумма</th> </tr> <tr> <td>Оплата подписки</td><td> </td><td> </td> </tr> </table> Плательщик _____	Журнал "АВТОКОМПОНЕНТЫ" 2014 год												№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12													Вид платежа	Дата	Сумма	Оплата подписки		
	Журнал "АВТОКОМПОНЕНТЫ" 2014 год																																										
№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12																																
Вид платежа	Дата	Сумма																																									
Оплата подписки																																											

Оформить подписку в редакции:

- позвоните по телефону: (495) 955-90-80
- подписку можно оформить, начиная с любого номера, в том числе с текущего
- получите и оплатите счет на 2014 год
- отправьте копию платежного поручения по факсу (495) 955-90-80 или электронной почте distrib@maks-m.com
- Не забудьте указать точный почтовый адрес доставки издания.

Заполните и вырежьте квитанцию.

Укажите, какие номера Вы хотели бы получать. Умножьте количество выбранных номеров на 190 руб.* и внесите полученный результат в графу «Сумма». Отправьте копию оплаченной квитанции в редакцию любым удобным способом: **по факсу (495) 955-90-80** или электронной почте distrib@maks-m.com

* стоимость подписки с доставкой в страны СНГ и дальнего зарубежья уточняйте в редакции



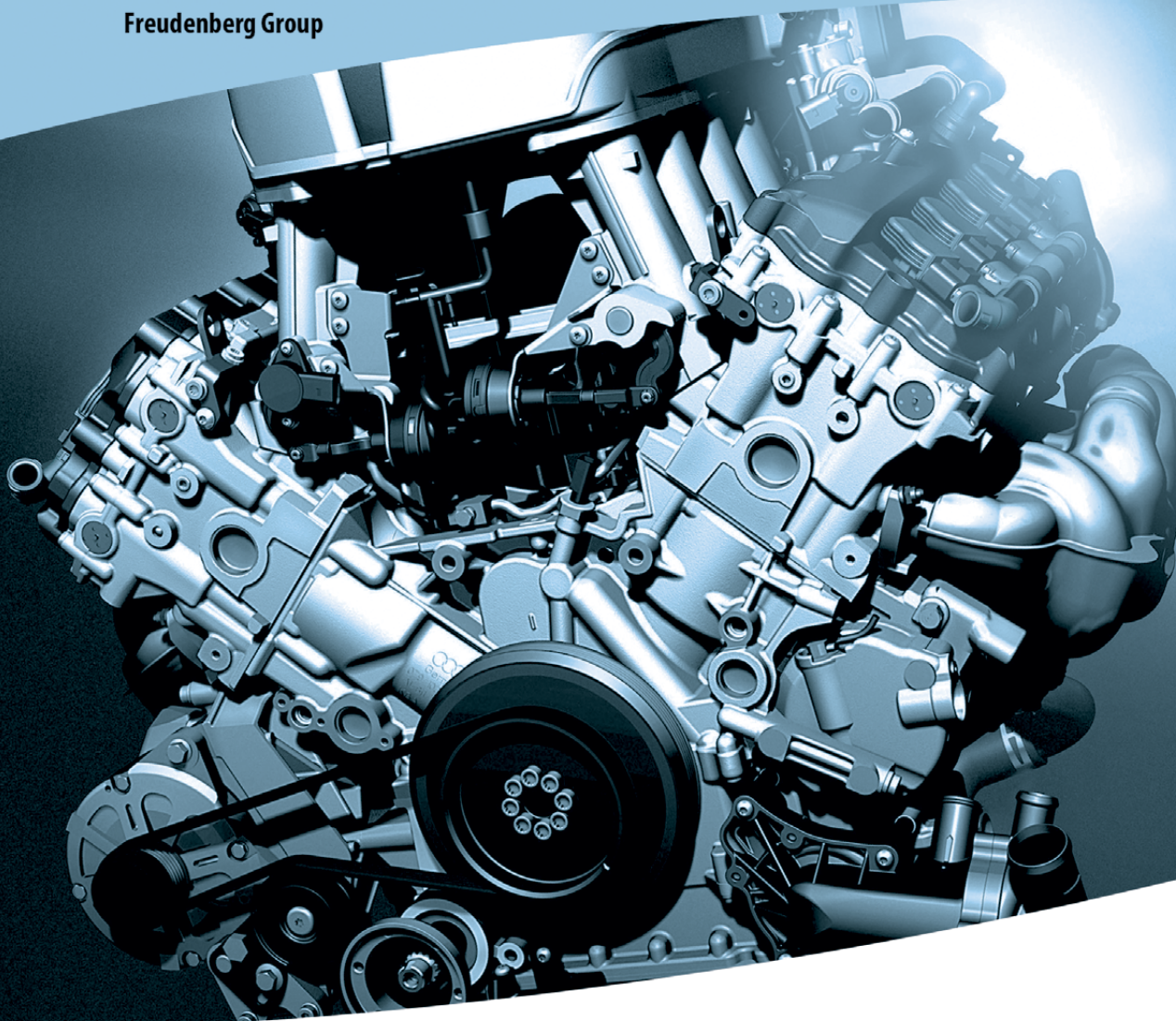
Бош Авто Сервис Путь к успеху



BOSCH

Разработано для жизни

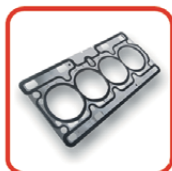
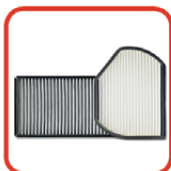
www.boschcarservice.ru



ПЕРЕМЕНА **К ЛУЧШЕМУ**

Вы можете положиться на нас благодаря оригинальному качеству запасных частей CORTECO

Мы поставляем оригинальные высококачественные запасные части: если Вы при ремонте своего автомобиля используете один из 18 000 продуктов, производимых компанией Corteco, сальники, прокладки, детали подвески, тормозные шланги или салонные фильтры, можете быть уверены - Вы в надежных руках.



The Perfect Change