

pro АВТОБИЗНЕС



DIEDERICHS Karosserieteile

diederichs.com

50.000 различных запасных частей для 650 типов автомобилей



DIEDERICHS
 Karosserieteile
 & Beleuchtung

Детали кузова

DIEDERICHS
 *Climate*

Система кондиционирования

DIEDERICHS
TUNING
 & VEREDELUNG

Тюнинг



Мобильное приложение –
«Журнал АВТОБИЗНЕС»

СКАЧАТЬ

App Store

Google play

НОВОСТИ
ИНТЕРВЬЮ
НОВИНКИ

ЭКСПЕРТЫ
ПРОИЗВОДСТВО
ТЕХНОЛОГИИ

ПОСТАВЩИКИ
СТО
ОБОРУДОВАНИЕ

ОБЗОРЫ
АНАЛИТИКА
ПРЕДЛОЖЕНИЯ
ИССЛЕДОВАНИЯ

Автобизнес
МЕДИА

КОММУНИКАЦИОННОЕ
АГЕНТСТВО
ПОЛНОГО ЦИКЛА

+7 913 985-79-00



ЗВЕНЬЯ ВАШЕГО УСПЕХА



Оцените преимущества комплексных сервисных решений для систем цепного привода

Готовые к установке ремонтные комплекты, а также отдельные компоненты цепного привода INA - идеальное решение для СТО. Новый специальный инструмент для технического обслуживания двигателей VW Group делает работу механиков значительно проще. Экономия бесценного времени и средств - еще одно звено Вашего успеха.

Больше информации:

www.schaeffler-aftermarket.ru

www.rexpert.ru



SCHAEFFLER

Журнал
«Трансервис. Автобизнес»
№4 [329], 2019
Издается с 2003 года
automediapro.ru

Учредитель и издатель
ООО «Гранд Медиа»



Директор и главный редактор
Игнатъева А.В.
e-mail: redactor@auto-sib.com

Адрес издателя: 630112,
г. Новосибирск, ул. Гоголя, 44, офис 210
+7 913-985-79-00

Адрес редакции: 630112,
г. Новосибирск, ул. Гоголя, 44, офис 210

Отдел рекламы:
тел: +7 903-900-28-11

Интернет: проавтобизнес.рф,
e-mail: fin@auto-sib.com

Периодичность 9 раз в год

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-32995 от 29.08.2008

Отпечатано в типографии
ООО «В-ПРИНТ»,
630108, г. Новосибирск,
ул. Станционная, 30а

Тираж 10 000 экземпляров.

Дата выхода в свет 14 июня 2019 г.

Рекламное издание. Бесплатно

Редакция не несет ответственности за качество рекламируемой продукции (услуг), за неточность, недостоверность или некорректность материалов, предоставленных рекламодателем. Рекламодатель несет полную ответственность за содержание предоставленных материалов, за соблюдение авторских прав и прав третьих лиц, за наличие информации о соответствующих сертификатах и лицензиях, за получение права и всех необходимых разрешений для публикации. Рекламодатель передает редакции рекламные материалы и право на изготовление, тиражирование и распространение рекламы. Претензии по срокам публикации и качеству рекламы принимаются в течение 10 дней с момента выхода материалов из печати. Редакция не несет ответственности за содержание сообщений информационных агентств и может публиковать статьи, не разделяя точку зрения автора. Права на публикуемые редакционные материалы принадлежат ООО «Гранд Медиа». Перепечатка и воспроизведение материалов, а также любых фрагментов из них возможны лишь с письменного разрешения редакции.

Над выпуском работали:
Ольга Кузнецова, Анна Игнатъева,
Михаил Калинин, Александр Колпаков,
Антон Герамов,
Елена Игнатъева, Анатолий Филатов

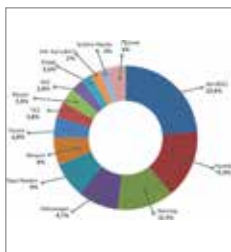
© ГРАНД МЕДИА

Бесплатно **СКАЧАТЬ**
свежий номер журнала
Автобизнес на



Автокомпоненты подкрепляются автопромом

19



Развитие рынка автокомпонентов стимулируется, прежде всего, динамикой отечественного автомобильного производства. Созданная в новейшее время в РФ автосборочная промышленность фактически полностью удовлетворяет потребности отечественного авторынka и одновременно является драйвером сегмента автокомпонентов и автозапчастей.



Обзор рынка стартеров

26

При неисправности стартера привести автомобиль в движение невозможно. Поэтому необходимо внимание к этому виду электрооборудования. В нашем исследовании проведен обстоятельный анализ данного сегмента рынка автозапчастей.



Не упустите из виду

32

Проверяя состояние тормозной системы автомобиля, на многих СТО довольно часто упускается из виду тормозная жидкость. Ее качество оказывает непосредственное влияние на работу системы торможения.



Рынок автомобилей с пробегом завелся не на шутку

36

Оценить потенциал рынка подержанных автомобилей страны, его перспективы, пути его совершенствования смогли участники конференции «Used Car 2019». Однако не все вопросы этого сложного сегмента оказались в их поле зрения. Фактически в РФ существует два географически автономных блока продаж автомобилей с пробегом.



Братья славяне

42

Из всех рынков автотехобслуживания Европейского Союза польский рынок похож на российский, пожалуй, больше всего. Здесь тоже наблюдается огромная конкуренция среди СТО, довольно высок средний возраст парка, а самостоятельный ремонт и ремонт «купил-делегировал» все еще составляют значительную часть рыночных операций.



Считать всегда, считать везде

46

В той или иной форме и с разной степенью интенсивности маркетинговые акции используют многие СТО. Вот только далеко не все отслеживают их эффективность, часто выполняя мероприятие «для галочки» или потому, что «так надо», чтобы, например, отчитаться перед поставщиком. Тем самым, фактически, они сводят потраченные силы и средства на нет.

Присоединяйтесь
к нам:



Игнатъева Анна
(G-Media NSK)



ПроАвтобизнес



KILEN ПРЕДСТАВЛЕН САМЫМ ШИРОКИМ АССОРТИМЕНТОМ ПРУЖИН ДЛЯ ЛЕГКОВЫХ И ЛЁГКИХ КОММЕРЧЕСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ. АССОРТИМЕНТ АВТОМОБИЛЬНЫХ ПРУЖИН KILEN ВКЛЮЧАЕТ БОЛЕЕ 10 000 СТАНДАРТНЫХ И УСИЛЕННЫХ АРТИКУЛОВ, ПОРЯДКА 2 000 ГАЗОВЫХ ПРУЖИН, БОЛЕЕ 250 ПОЗИЦИЙ РЕССОР, А ТАКЖЕ СПОРТИВНЫЕ КОМПЛЕКТЫ. ВСЕ НАУЧНО – ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ РАБОТЫ ВЕДУТСЯ НА УЛЬТРАСОВРЕМЕННЫХ ЗАВОДАХ В ШВЕЦИИ. ПРУЖИНЫ ПРОИЗВОДЯТСЯ ПО СТАНДАРТАМ ОРИГИНАЛА ИЗ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОЙ СТАЛИ И НАДЁЖНО ЗАЩИЩЕНЫ ОТ КОРРОЗИИ ЗА СЧЁТ ГАЛЬВАНИЧЕСКОГО ПОКРЫТИЯ ПОВЕРХНОСТИ ЦИНКОМ И ПЕРЕДОВОЙ СИСТЕМЫ ОКРАСКИ. ГАРАНТИЯ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ – 3 ГОДА.



Специалист по пружинам



винтовые пружины



рессоры



газовые пружины



спортивные пружины

Производитель полного ассортимента пружин качества оригинала

полный ассортимент, доступность и сервис

www.kilen.ru



BEHR HELLA SERVICE становится MAHLE!

УЧИТЫВАЯ ПЕРСПЕКТИВЫ И ТРЕБОВАНИЯ К ТРАНСПОРТУ БУДУЩЕГО, КОМПАНИЯ MAHLE РАСШИРЯЕТ АССОРТИМЕНТ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ТЕМПЕРАТУРНЫМ РЕЖИМОМ – ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ СЕГОДНЯШНЕГО И ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ.

- Компания Behr Hella Service (BHS) переходит под контроль MAHLE Aftermarket с 1 января 2020 г.

- Клиентам будет предоставлен более широкий и постоянно растущий ассортимент систем управления температурным режимом, в том числе: радиаторы системы охлаждения, расширительные бачки, вентиляторы и муфты вентиляторов, интеркулеры, водяные помпы, а также полный ассортимент компонентов для систем кондиционирования – как для обычных автомобилей, так и автомобилей с электроприводом

Штутгарт / Германия, 20 мая 2019 года. После приобретения всего пакета акций Behr Hella Service (BHS) компанией MAHLE Aftermarket, все существующие виды деятельности BHS с 1 января 2020 года будут переданы MAHLE. Для клиентов MAHLE это означает предоставление доступа к расширенному ассортименту продукции, отвечающей за управление температурным режимом в легковых и грузовых автомобилях, а также в сельскохозяйственной и строительной технике. Продукция будет поставляться под торговой маркой BEHR, и ее ассортимент будет постоянно расширяться.

Существующие клиенты BHS смогут заказывать продукцию, используя знакомые номенклатурные номера деталей, даже после 1 января 2020 года. Они будут действительны в течение всего переходного периода. Номенклатурные номера MAHLE будут вводиться параллельно.

«Являясь производителем оригинального оборудования, MAHLE обладает огромным опытом в области управления температурным режимом, и теперь наши клиенты в сегменте послепродажного обслуживания получат много преимуществ», - заявляет Олаф Хеннинг, корпоративный исполнительный вице-президент и Генеральный директор MAHLE Aftermarket.

«Используя наш опыт поставщика оригинального оборудования, мы можем предложить правильные решения - от диагностики до технического обучения и предоставления информации по ремонту и техническому обслуживанию», - продолжает Хеннинг.

«Кроме того, мы приложим максимум усилий для улучшения уровня логистического сервиса и клиентской поддержки нового для нас направления и в кратчайшие сроки это обеспечим.



печим. Мы обладаем всеми необходимыми ресурсами и компетенциями провести «бесшовную» для наших партнеров интеграцию. MAHLE RUS полностью готово для реализации новых обязательств перед рынком и нашими

партнерами», - заявляет глава российского представительства MAHLE Aftermarket GmbH, генеральный директор ООО «МАЛЕ РУС» Максим Легушев.



MAHLE инвестирует в новый Центр сервисных решений



В ОТВЕТ НА ЗНАЧИТЕЛЬНОЕ ПОВЫШЕНИЕ РЫНОЧНОГО ИНТЕРЕСА В ОБЛАСТИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ МАСТЕРСКИХ, КОМПАНИЯ MAHLE РЕШИЛА ОСНОВАТЬ НОВЫЙ ЦЕНТР СЕРВИСНЫХ РЕШЕНИЙ В ПАРМЕ, ИТАЛИЯ. ТРИ ПРЕЖНИХ ЦЕНТРА ТЕПЕРЬ БУДУТ ОБЪЕДИНЕНЫ ПОД ОДНОЙ КРЫШЕЙ НА ПЛОЩАДИ 15 000 КВАДРАТНЫХ МЕТРОВ. В БУДУЩЕМ В НОВОМ ЦЕНТРЕ БУДЕТ РАЗРАБАТЫВАТЬСЯ И ИЗГОТАВЛИВАТЬСЯ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ СИСТЕМ КОНДИЦИОНИРОВАНИЯ ВОЗДУХА И ТРАНСМИССИЙ, А ТАКЖЕ ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ КАЛИБРОВКИ СИСТЕМ ПОМОЩИ ВОДИТЕЛЮ.

В новом здании разместятся отделы исследований и разработок, производства и логистики, а также учебные помещения и большая мастерская для испытаний транспортных средств. Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в Парме станут основой для новых глобальных платформ продуктов и разнообразных решений для мастерских.

Официальная церемония закладки первого камня в фундамент нового здания состоялась 1 марта в присутствии политических деятелей и крупных представителей бизнеса. Переезд на новое место MAHLE планирует в первом квартале 2020 года.

«Начало строительства на этом участке является важной вехой для нас и позволит продолжать предлагать сервисным центрам и станциям технического обслуживания первоклассные решения, которые дают нашим клиентам реальное конкурентное преимущество», - говорит **Олаф Хеннинг, корпоративный исполнительный вице-президент и генеральный директор MAHLE Aftermarket.**

От имени MAHLE Олаф Хеннинг поблагодарил муниципалитет Пармы за образцовую поддержку в реализации проекта строительства.



MAHLE – ведущий международный поставщик комплектующих для автомобильной промышленности с почти 100-летним опытом успешного присутствия на авторынке. Портфель продуктов включает в себя поршневые системы, компоненты для цилиндров, приводов клапанов, управления воздухом и систем управления жидкостями для двигателей внутреннего сгорания, а также для электромобилей.

В целом группа MAHLE насчитывает около 78 000 сотрудников, 170 производственных площадок в более чем 30 странах. Объем продаж составляет около 12,8 миллиардов евро.



MAHLE Aftermarket использует все технологии серийного производства и оригинальное оборудование для выпуска запасных частей для вторичного рынка. В это подразделение входят такие бренды как **MAHLE, BRAIN BEE, BEHR, CLEVITE, IZUMI, KNECHT FILTER** и **METAL LEVE**. Оборудование для автосервисов, разработанное MAHLE

Service Solutions, а также комплексные услуги и индивидуальные курсы обучения дополняют предложение.

MAHLE Aftermarket представлен в 25 отделениях и других офисах продаж по всему миру, в нем работает около 1600 сотрудников. В 2017 году бизнес-подразделение достигло мирового уровня продаж в объеме более 950 миллионов евро.

▶▶ КУВ В АВТОСПОРТЕ: RUSSIAN DRIFT SERIES 2019. АМОРТИЗАТОРЫ И НЕМНОГО ДРИФТА



ЕСЛИ ПОСТАВИТЬ РЯДОМ СЛОВА «ЯПОНИЯ» И «АВТОМОБИЛЬ», ОБЯЗАТЕЛЬНО БУДЕТ ТРЕТЬЕ – «ДРИФТ». КОМПАНИЯ КУВ ИЗ ЯПОНИИ, ДЕЛАЕТ ЗАПЧАСТИ ДЛЯ ЯПОНСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ (И НЕ ТОЛЬКО) И ДЛЯ ДРИФТА В ЧАСТНОСТИ. КАКИМИ АМОРТИЗАТОРАМИ ПОЛЬЗУЮТСЯ ДРИФТ-КОМАНДЫ, ПРИ ЧЁМ ЗДЕСЬ ВАЗОВСКАЯ «КЛАССИКА»? РАЗБЕРЕМСЯ ВМЕСТЕ.

КУВ ПОДДЕРЖИВАЕТ СПОРТ

Автоспорт – направление, которое двигает вперед всю автомобильную промышленность. Все сложные технические решения сначала тестируются на спортивных автомобилях, а потом выходят в серию. Поэтому производители автокомпонентов часто поддерживают спортивные команды.

В 2019 году КУВ поддерживает на международном уровне разные спортивные команды. Специально разработанные продукты КУВ устанавливаются на гоночные автомобили в различных соревнованиях:

- Team Jaos в ралли Asia Cross Country использует подвеску KYB.
- Команда Monster Energy RS Cartel team в Чемпионате мира по ралли-кроссу использует рулевое управление KYB.



- Команда TrueMan Racing, пилот которой – Масато Кавабата на Toyota Supra также использует рулевое управление KYB.
- Различные команды в гонках на выносливость, включая Ле-Ман 24 часа.

«ГОНОЧНЫЕ» РАЗРАБОТКИ

Для спортивных автомобилей КУВ разрабатывает специальные серии подвески. Например, амортизаторы серии SA работают на спорт-карах в 24-часовой гонке Нюрбургринг и в ралли Париж-Дакар. С 1994 КУВ работает над специальной серией электроусилителя руля EPS для гоночных автомобилей: в 24-часовой гонке Ле-Ман в 2017 он был установлен в половине всех гоночных автомобилей.

Амортизаторы КУВ подходят для гоночных треков, раллийных трасс и джимхан – скоростного фигурного вождения автомобиля. Одна из таких серий – **Real Sports Damper**, они подходят для



японских спортивных машин Mitsubishi Lancer Evolution, Subaru Impreza, Honda Civic Type R, Honda S2000, Toyota GT86, Subaru BRZ.

На рабочую поверхность штока нанесено **покрытие DLC (Diamond-Like Carbon)** – тончайшая пленка, которая обладает сочетанием физико-химических и механических характеристик, которая придает ему свойства, близкие к алмазу.

- увеличивает прочность и износоустойчивость
- снижает боковую нагрузку и трение на малых скоростях хода штока
- расширяет температурный диапазон работы штока амортизатора.

Амортизаторы Real Sports Damper также позволяют настраивать жесткость сжатия/отбоя и регулировать дорожный просвет с помощью изменения высоты установки нижней пружинной чашки. Такие амортизаторы выпускаются на заказ, их нельзя встретить в свободной продаже.

ЗИМНИЙ ДРИФТ

Зимний дрифт – это катание боком по снегу зимой на русской заднеприводной «классике». Дешево, весело и минимум доработок. Обычно, кроме двигателя дрифтеры дорабатывают подвеску: увеличивают выворот колес, наклон, настраивают минусовой развал и небольшое расхождение.

Для необходимой модификации подвески идеально подошли амортизаторы спортивной линейки **KYB Ultra SR**. Это серийные жесткие амортизаторы, которые проектировались для обычного использования. Кроме зимних покатушек, некоторые механики ставят Ultra SR и на более мощные варианты классики, кото-

рые используются в профессиональных дрифт-зездах.

Амортизаторы КУВ хороши не только на русской классике. Профессиональные решения КУВ стоят на многих дрифт-проектах, в том числе в Японии. Здесь пользуются популярностью продукты для культовых дрифтовых машин.



КОЙЛОВЕР В ЗАНОСЕ

На родине дрифта (в Японии) почти все чемпионаты проходят на парковках около больших торговых центров. Обычно там плохой асфальт, перепады и кочки. Подвеска для кольцевых гонок не годится – она короткоходная, поэтому во время дрифт-зездов создается сильное сжатие задней оси, и машина ведёт себя нестабильно.

Регулируемые койловеры для дрифта появились только три-четыре года назад, но они сразу показали себя: выставляются по высоте, настраиваются усилие сжатия и отбоя, а ход амортизатора намного больше, чем у подвески для кольцевых гонок. Профессиональные пилоты сами понимают, какие настройки необходимы для конкретной трассы и как после этого поменяется поведение авто. Один из таких пилотов – русский дрифтер Гоча Чивчан, многократный чемпион России по дрифту, победитель международного FIA IDC 2018.



В этом году Гоча также участвует в соревнованиях RDS Гран При. KYB стала генеральным партнером команды.



▶▶▶ ТОРМОЗНЫЕ КОЛОДКИ И ДИСКИ BREMBO XTRA: БЕЗОПАСНОСТЬ ЧЕМПИОНОВ



СПОРТИВНЫЙ СТИЛЬ ВОЖДЕНИЯ ПОДРАЗУМЕВАЕТ НАГРУЗКИ, ЗНАЧИТЕЛЬНО ПРЕВЫШАЮЩИЕ ТЕ, ЧТО ИСПЫТЫВАЕТ АВТОМОБИЛЬ ПРИ СПОКОЙНОМ ВОЖДЕНИИ. ЭТО ОЗНАЧАЕТ, ЧТО ДАЖЕ ДЛЯ ЕЖЕДНЕВНОГО ДОРОЖНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАКОМУ АВТОМОБИЛЮ НЕОБХОДИМЫ БОЛЕЕ РЕСУРСОЕМКИЕ ДЕТАЛИ, ЧЕМ АВТОМОБИЛЮ МЕНЕЕ ТЕМПЕРАМЕНТНОГО ВОДИТЕЛЯ. BREMBO Xtra – ЛИНЕЙКА ПРОДУКТОВ, РАЗРАБОТАННАЯ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЛЮБИТЕЛЕЙ СПОРТИВНОЙ ЕЗДЫ.

«СПОРТИВНЫЕ» ДИСКИ

Перфорированные и слотированные тормозные диски Brembo Xtra и Max сочетают в себе привлекательный дизайн и эксклюзивное покрытие по УФ технологии. Эти инновации обладают целым рядом преимуществ для тех, кто предпочитают спортивный стиль вождения:

• Улучшенное сцепление

Отверстия и канавки на тормозных поверхностях гарантируют более прочное сцепление и быстрый и эффективный отклик тормозной системы благодаря повышенному коэффициенту сцепления.

• Очистка и обновление колодок

Отверстия и канавки создают эффект «терки», вследствие которого происходит очистка поверхности колодок от опасных отложений, а также предотвращается образование налета из железосодержащего материала, появляющегося на фрикционном материале колодки от износа тормозного диска.

• Эффективность на мокрой дороге

Отверстия и канавки также позволяют разрывать тонкую водяную пленку, образующуюся на тормозной поверхности. По этой причине даже при движении по мокрой дороге система эффективно реагирует с самого начала торможения, обеспечивая стабильную эффективность при любых погодных условиях.

• Максимальный коэффициент трения даже при высоких температурах

При высоких рабочих температурах сгорающие смолы, из которых изготовлена тормозная колодка, образуют газы, вызывающие эффект фединга и снижающие коэффициент трения между колодкой и диском. Наличие отверстий и канавок обеспечивает отвод этих газов, быстро восстанавливая оптимальные условия торможения.

• Охлаждение тормозной системы

Наличие отверстий и канавок улучшает способность тормозной колодки и диска рассеивать тепло, благодаря увеличенной циркуляции воздуха, что также улучшает рабочие характеристики всей тормозной системы.



СКОРЧИНГ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Новые тормозные колодки Brembo Xtra подвергаются температурной обработке (скорчингу). Это позволяет предотвратить выделение газов, приводящих к значительному снижению коэффициента трения между диском и колодкой при высоких температурах (эффект «фединга») с последующим снижением эффективности торможения. Благодаря такой обработке и тщательно подобранному составу смеси, тормозные колодки Xtra одинаково эффективны как во время циклов высокотемпературного торможения, так и во время последующих холодных циклов.

СПОРТ, КОМФОРТ И ДОЛГОВЕЧНОСТЬ

Тормозные колодки Brembo XTRA были созданы специально для использования с перфорированными и слотированными дисками Brembo. В сочетании друг с другом они обеспечивают не только эффективное торможение при быстрой езде и больших нагрузках, но и комфорт и длительный срок службы при ежедневном дорожном использовании.

Колодки XTRA изготовлены Brembo с использованием материала BRM X L01. Материал состоит из более чем 30 различных компонентов, подобранных в собственной передовой исследовательской лаборатории. По сравнению с составом, используемым для стандартных колодок, новое решение отличается высоким коэффициентом трения, который гарантирует более решительное и стабильное торможение как при низких, так и при высоких температурах. Все это обеспечивает максимальный комфорт при вождении и улучшает четкость тормозной педали без снижения срока службы компонентов.



АССОРТИМЕНТ И УПАКОВКА

Серия колодок Xtra, разработанных для линейки дисков Max и Xtra, включает в себя более 100 артикулов. Среди автомобилей, на которые можно установить новые колодки, – все компактные, средние и спортивные модели, произведенные в последние годы, а также некоторые из внедорожников, такие как Alfa Romeo Giulietta, некоторые модели Mercedes, BMW и Volkswagen.

Все артикулы серии Brembo Xtra сертифицированы для дорожного использования в соответствии со стандартом ECE R-90.

Упаковка колодок и дисков Xtra и MAX была стилистически переработана. В ее дизайне использовалась графика, подчеркивающая «X-фактор» нового предложения Brembo. Кроме того, на опорную пластину и фрикционный материал колодки наносится логотип Brembo, что делает колодки Xtra еще более узнаваемыми и эксклюзивными.





▶▶▶ ТУРБОГЕНЕРАТОРЫ JP. КАЧЕСТВО РОДОМ ИЗ ДАНИИ



КОМПАНИЯ JP GROUP, ДАНИЯ – ОДИН ИЗ ВЕДУЩИХ ПОСТАВЩИКОВ ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ ДЛЯ РЕМОНТА АВТОМОБИЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ МАРОК. С МОМЕНТА СВОЕГО ОСНОВАНИЯ В 1975 ГОДУ, КОМПАНИЯ JP GROUP ЗАНИМАЕТСЯ ПОСТАВКОЙ КАЧЕСТВЕННЫХ ДЕТАЛЕЙ ОТ ПРОВЕРЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. ВАЖНОЕ МЕСТО В АССОРТИМЕНТЕ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ ТУРБОГЕНЕРАТОРЫ, И В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ МЕСЯЦЕВ GP GROUP СУЩЕСТВЕННО РАСШИРИЛА И УЛУЧШИЛА ПРОДУКТОВУЮ ЛИНЕЙКУ ТУРБОГЕНЕРАТОРОВ.

ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ

На сегодняшний день программа насчитывает более 200 артикулов турбогенераторов, покрывающих 70% европейского рынка. Все турбокомпрессоры имеются в наличии на собственных складах компании, поэтому доставка занимает всего несколько дней, в зависимости от месторасположения заказчика.

Важным преимуществом ассортимента является комплектность поставки. В нее входит все необходимое для установки и первичного запуска компрессора – уплотнительные кольца, шпильки, болты и даже флакон масла. Кроме того, для большинства турбокомпрессоров в ассортименте компании есть масляные шланги, которые рекомендуется менять при замене турбокомпрессора. Это значительно упрощает поиск и подбор нужных комплектующих.



Производство турбокомпрессоров с использованием современного оборудования и технологий

КОНВЕЙЕРНОЕ КАЧЕСТВО

Для того, чтобы обеспечить продукции качество, соответствующее оригинальному, компания создала эффективную систему контроля качества, сертифицированную по стандарту ISO 9001. Она включает в себя отделы контроля в Дании и Китае. Кроме того, постоянно проводятся выборочные испытания, а также долговременная про-

верка работы деталей – для этого детали устанавливаются на автомобили и тестируются в реальных эксплуатационных условиях.

Турбины, вместе с установочным комплектом, тестируются как на всех стадиях производства, так и независимыми экспертами. Каждый турбокомпрессор на заключительной стадии проверяется индивидуально. Важен также тот факт, что все турбокомпрессоры – новые, за исключением нескольких восстановленных артикулов.

Все это позволяет компании давать гарантию в 1 год на свою продукцию.



Точная балансировка картриджа (CHRA)

ТЕХНИЧЕСКАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

В офисах компании в различных странах мира работают 17 высококвалифицированных менеджеров по продажам, готовых отвечать на любые вопросы заказчиков. Кроме того, для заказчиков выпускаются различные материалы по продажам и маркетингу в печатной и онлайн-версии, с возможностью создавать персональные каталоги. Полный ассортимент также доступен в собственном интернет-магазине компании с поддержкой баз запчастей TecDoc и TecCom.

Компания не работает с залогом и не требует возврата использованных деталей. На практике это означает экономию вре-



Фрезерный станок с ЧПУ

мени и денег на обработку возвратов. Механик или специалист автосервиса может сам открыть поврежденный турбокомпрессор для точного анализа неисправностей.

Преимущества турбонагнетателей JP Group

- Свыше 200 различных турбокомпрессоров в ассортименте
- Покрытие 70% потребностей европейского рынка
- Постоянное обновление ассортимента в соответствии с требованиями рынка
- Качество на уровне оригинального производителя и гарантия 1 год
- Особо прочная упаковка гарантирует отсутствие повреждений при транспортировке
- Доступность в интернет-магазине TecDoc с удобным просмотром ассортимента
- Поддержка сбыта от отдела продаж JP Group
- Технические курсы от экспертов по турбокомпрессорам
- Информационная поддержка и помощь при сборке в гарантийных случаях
- Горячая линия для информационной поддержки

Холдинг JP Group был основан в 1975 году в городе Виборг (Дания). Штаб-квартира компании, основное производство и склады расположены в Дании и по сей день. JP Group занимается производством автозапчастей и аксессуаров для большинства автомобилей европейского и азиатского производства. Поставки осуществляются в более чем 90 стран по всему миру. Кроме того, JP Group является основным поставщиком Porsche и Volkswagen. В 2013 году JP Group приобрела компании Quinton Hazell в Германии и SSI в США. В настоящее время JP Group Automotive и Quinton Hazell в совокупности предлагают более 30 000 артикулов запасных частей для европейских и азиатских автомобилей, каждый из которых соответствует строгим стандартам качества оригинального оборудования. В общей сложности они располагают складскими площадями в 42 000 м².

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ: ВЫБИРАЙ ПРАВИЛЬНО! ПРЕМИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ – ОРИГИНАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО!



▶▶▶ СТАРТЕРЫ И ГЕНЕРАТОРЫ WAI. ПРЕИМУЩЕСТВО В КАЧЕСТВЕ.



КОМПАНИЯ WAIGLOBAL – ПРОИЗВОДИТЕЛЬ КАЧЕСТВЕННЫХ СТАРТЕРОВ И ГЕНЕРАТОРОВ ДЛЯ ЛЕГКОВОГО, ГРУЗОВОГО, КОММЕРЧЕСКОГО ТРАНСПОРТА, ВОДНОЙ ТЕХНИКИ, СПЕЦТЕХНИКИ, АВТОНОМНЫХ УСТАНОВОК И ДВИГАТЕЛЕЙ. КРОМЕ ТОГО, СТАРТЕРЫ И ГЕНЕРАТОРЫ WAIGLOBAL ЛЕГКО ОБСЛУЖИВАТЬ БЛАГОДАРЯ ШИРОКОМУ ВЫБОРУ КОМПЛЕКТУЮЩИХ СОБСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ МАРКИ TRANSPRO. ОБА БРЕНДА – WAI И TRANSPRO – УДАЧНО СОЧЕТАЮТ В СЕБЕ ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО И РАЗУМНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ЦЕНЫ, ЧТО СОСТАВЛЯЕТ ИХ ГЛАВНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО.

ОСТЕРЕГАЯСЬ ПОДДЕЛОК

При покупке деталей электрики и электроники, WAIGLOBAL рекомендует не руководствоваться только соображениями экономии а отдавать предпочтение товарам высокого уровня качества. Надежную работу автомобильных систем можно гарантировать только при условии реального соответствия используемых деталей международным стандартам, а также признание поставщика ведущими автопроизводителями.

Низкое качество стартеров и генераторов нередко приводит к серьезным проблемам с двигателями и как следствие дорогому ремонту. Поэтому рекомендуется выбирать хорошо зарекомендовавший себя продукт, чтобы в долгосрочной перспективе избежать ещё больших затрат.

И с этой точки зрения продукция WAIGLOBAL – вне конкуренции.



ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ КАЧЕСТВО ПРОИЗВОДСТВА

Первое важное отличие продукции WAI от более дешёвых вариантов – это высокое качество производства.

- Разработка новых деталей и производство продукции ведется только на



основе образцов производителей оригинального оборудования.

- В производстве используются только материалы высокого качества.
- Вся продукция соответствует спецификациям производителей оригинального оборудования, а в некоторых случаях даже превышает их.
- В ассортименте компании нет восстановленных деталей – только абсолютно новая продукция.

Репутация WAIGLOBAL как ведущего поставщика с мировым именем подтверждается также тем, что компания также занимается поставкой продуктов из своего ассортимента другим известным компаниям в секторе.

НАДЕЖНОСТЬ ПРОДУКЦИИ

Все стартеры и генераторы WAI проходят жесткий контроль качества. Продукция проверяется трижды – во время производства, после изготовления в Китае, а также после прибытия в центральное отделение WAI в Голландии.

Проверка качества включает в себя несколько тестов:

- испытание солью и повышенной температурой, чтобы повысить порог сопротивления коррозии;
- испытание на прочность;
- испытания в условиях повышенной влажности и циклических температурных воздействий;
- измерение уровня вибрации;
- температурный удар.

В результате все продукты WAIglobal обладают сертификатами соответствия стандартам ISO9001, TS16949 и ISO14001, что демонстрирует стремление компании поставлять на рынок автомобильных запчастей детали наивысшего качества. Также продукция обладает сертификатом Таможенного союза ЕАС.

СЛУЖБА ПОДДЕРЖКИ КЛИЕНТОВ

Огромную важность компания WAI придает и службе послепродажной поддержки клиентов, предлагая один из самых продолжительных гарантийных сроков в России: клиенты получают поддержку в течение беспрецедентного срока в два года.

Компания WAI, основанная в 1978 в США, на сегодняшний день является одним из крупнейших в мире поставщиков стартеров, генераторов и комплектующих к ним. Компании принадлежит два бренда – WAI и Transpro. Все детали электроники изготавливаются на собственном заводе в Шанхае и используются на OEM и OES производствах. Помимо стартеров и генераторов компания имеет в своем ассортименте такие группы продукции как стеклоподъемники, моторы стеклоочистителей, детали системы зажигания, подшипники и MAP/MAF сенсоры. Компания производит автомобильные запчасти высочайшего качества, и бренд WAI широко известен по всему миру. Продукция WAI продается более чем в 100 странах. Компания имеет представительства и дистрибьюторские центры в 14 странах мира. Вся продукция корпорации сертифицирована в соответствии ISO/TS 16949, ISO9001 и ISO14001.



▶▶ КОМПЛЕКТЫ LEMFÖRDER SERVICE PACK. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЗАМЕНА ДЕТАЛЕЙ ПОДВЕСКИ И РУЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ



АССОРТИМЕНТ ZF AFTERMARKET СКОРО ПОПОЛНИТСЯ НОВЫМИ КОМПЛЕКТАМИ LEMFÖRDER SERVICE PACK, КОТОРЫЕ ЗНАЧИТЕЛЬНО УПРОЩАЮТ НА СТО ЗАМЕНУ ДЕТАЛЕЙ ПОДВЕСКИ И РУЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ. КОМПЛЕКТЫ КРЕПЕЖА ДЛЯ КОНКРЕТНОЙ МОДЕЛИ АВТОМОБИЛЯ МОЖНО ЗАКАЗАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНО. ОНИ ВКЛЮЧАЮТ В СЕБЯ ВСЕ КОМПОНЕНТЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО РЕМОНТА.

В настоящее время ассортимент включает в себя 120 комплектов крепежа для 830 моделей транспортных средств. К середине года компания планирует расширить ассортимент еще на 14 комплектов.



ЧТО ВХОДИТ В КОМПЛЕКТ

В одном легковом автомобиле могут быть установлены до 70 деталей подвески и рулевого управления. Так как эти компоненты отвечают за безопасность, они требуют особой точности и внимания не только на стадии проектирования и производства, но и во время обслуживания. Ремонт должен выполнять только квалифицированный специалист и с использованием качественных запчастей.

При замене неисправных компонентов подвески необходимо использовать новый крепеж. Производители транспортных средств рекомендуют заменять все винты и гайки, так как при повторном применении возможно ухудшение их функциональных характеристик. Ремонт будет выполнен гораздо быстрее и эффективнее, если заказать основные компоненты вместе с соответствующим комплектом крепежа.

- Набор для установки деталей Lemförder содержит полный комплект крепежа с качеством поставщика в серию.
- Комплекты включают в себя крепежные элементы как для основного компонента (например, поперечного рычага или тяги), так и для сопряженных деталей.
- В комплект входят инструкции по ремонту в соответствии с требованиями производителей оборудования.



ZF Aftermarket предлагает СТО комплексное решение для ремонта подвески и рулевого управления.

РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА

За последний год ассортимент продукции торговой марки Lemförder был расширен на 168 наименований, таких как маятниковая опора для BMW F90 M5, поперечный рычаг для Audi Q5 и Q7, для Range Rover, а также осевой шарнир для Peugeot C4 Picasso.

Lemförder устанавливает высокие стандарты в области инноваций, качества и рабочих характеристик подвески и рулевого управления для всех своих продуктов – в том числе и для комплектов Lemförder Service Pack. Продукция торговой марки Lemförder обеспечивает оптимальный контакт колес с дорогой, улучшает динамику, безопасность и комфорт во время движения. Уникальная технология термической обработки не только продлевает срок службы шарниров, но и обеспечивает максимально эффективную работу транспортных средств.



Концерн ZF является мировым лидером по производству деталей привода и подвески, а также систем активной и пассивной безопасности. В настоящий момент ZF объединяет около 230 производственных предприятий в 40 странах мира. Общая численность персонала составляет 149 тысяч человек. В 2018 году оборот концерна ZF достиг 36,9 миллиарда евро. В целях сохранения лидирующих позиций в области инновационной продукции концерн ежегодно инвестирует более 6% от своего оборота в НИОКР. Концерн ZF является одним из крупнейших поставщиков в мире для автомобильной промышленности.

ZF позволяет транспортным средствам «видеть», «мыслить» и «действовать». С помощью инновационных технологий концерн активно воплощает стратегию Vision Zero, направленную на обеспечение безопасного дорожного движения и достижение нулевых выбросов. Широкий ассортимент продукции ZF повышает уровень мобильности и сервиса для легковых, коммерческих автомобилей и промышленной техники.

Комплексные подходы и полная линейка продукции дивизиона Aftermarket концерна ZF Friedrichshafen AG обеспечивают надёжность и экономичность транспортных средств на протяжении всего их жизненного цикла. Благодаря известным торговым маркам, инновационным цифровым решениям, международной сервисной сети и широкому ассортименту продукции, соответствующему требованиям каждого конкретного рынка, ZF является востребованным деловым партнером и занимает второе место среди поставщиков на международном рынке запасных частей.



▶▶ ПРОВЕРКА КОНДИЦИОНЕРА – НЕОБХОДИМА ИЛИ НЕТ?



КАЖДАЯ ДИАГНОСТИКА, ЗАМЕНА ДЕТАЛЕЙ ИЛИ ЖИДКОСТЕЙ, НЕ ГОВОРЯ УЖЕ О РЕМОНТЕ, ВЛЕЧЕТ ЗА СОБОЙ РАСХОДЫ. ЕСТЕСТВЕННО, БОЛЬШИНСТВО АВТОВЛАДЕЛЬЦЕВ ВСЕГДА ИЩЕТ, ГДЕ БЫ СЭКОНОМИТЬ. И ЕСЛИ ПРОВЕРКА И РЕГУЛЯРНАЯ ЗАМЕНА МАСЛА, ОХЛАЖДАЮЩЕЙ ЖИДКОСТИ, СВЕЧЕЙ ЗАЖИГАНИЯ ИЛИ КОЛОДОК НИ У КОГО НЕ ВЫЗЫВАЕТ ВОПРОСОВ, ТО В ОТНОШЕНИИ КОНДИЦИОНЕРОВ ВСЕ ИНАЧЕ. СПЕЦИАЛИСТЫ NRF – ОДНОГО ИЗ ЛИДЕРОВ В ОБЛАСТИ РАЗРАБОТОК И ПРОИЗВОДСТВА СИСТЕМ ОХЛАЖДЕНИЯ, ОТОПЛЕНИЯ И КОНДИЦИОНИРОВАНИЯ – ДЕЛЯТСЯ СВОИМ ОПЫТОМ.

Часто автовладельцы спрашивают: «А зачем проверять кондиционер? Он же работает. А когда перестанет, тогда и куплю хладагент». А между тем, системы кондиционирования в послегарантийном периоде требуют осмотра минимум раз в два года.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

- Хладагент всасывается компрессором со стороны испарителя как газ.
- Затем компрессор сжимает его, что создает газ с высоким давлением и температурой.
- Он поступает в конденсатор, который через ламели отдает свое тепло атмосфере, что вызывает его конденсацию.
- Жидкий хладагент поступает в расширительный бачок, который понижает его давление и вызывает попадание газожидкостной фазы в испаритель кондиционера.
- В испарителе хладагент испаряется и таким образом получает тепло от воздуха, протекающего через его ребра, что в итоге дает в вентиляционных решетках автомобиля воздух с температурой ниже температуры окружающей среды.



Обзор системы кондиционирования в Fiat Multipla

хладагента характеризуются очень маленькой молекулой, способной проникать в атмосферу через пористость уплотнений и шлангов автомобильной системы кондиционирования воздуха. Это означает, что ежедневно хладагент выходит из системы кондиционирования автомобиля, а это значит, что внутри его становится все меньше и меньше. Чем машина старше, тем тенденция усиливается.

А ЧТО ЕСЛИ НЕ ПРОВЕРЯТЬ?

К чему приводит пренебрежение регулярным осмотром системы кондиционирования? Чаще всего – к общему повреждению системы кондиционирования, что часто связано с огромными затратами на ремонт.



Ржавая компрессорная плита после попадания влаги



Подгоревшее компрессорное масло в результате перегрева компрессора

достигается путем значительного снижения давления внутри системы кондиционирования с помощью вакуумного насоса и испарения влаги. Почему это важно? Современные системы кондиционирования воздуха работают с синтетическим маслом PAG (полиалкиленгликоль), способным поглощать влагу в зависимости от своего качества.

- Если не будет влаги, вязкость масла со временем снизится, что в конечном итоге приведет к заклиниванию компрессора.
- Если влаги будет слишком много, она будет замерзать при прохождении через расширительный клапан, где температура хладагента падает значительно ниже 0°C.

В-третьих, осмотр системы позволяет заметить отсутствие смазки компрессора и его заклинивание. Это связано с тем, что компрессорное масло транспортируется в системе вместе с хладагентом. Если хладагент отсутствует – транспортировка масла нарушается. В случае нехватки хладагента компрессор пытается довести систему конденсации до необходимой температуры, что заставляет ее работать дольше, чем предусмотрено. Обычно это заканчивается перегревом компрессора, сгоранием масла и, в конце концов, серьезным повреждением системы кондиционирования воздуха. В этом случае уже недостаточно будет просто заправить систему хладагентом – потребуется ремонт.



Масло после химической реакции с влагой. Гидрирование масла, понижение значения pH до уровня кислоты

КУДА ИСЧЕЗАЕТ ХЛАДАГЕНТ

В настоящее время в легковых автомобилях системы кондиционирования заполнены хладагентом R134a, но чаще встречаются системы с R1234yf. Оба

Во-первых, эффективность системы снижается. Потеря хладагента ведет к уменьшению выработки жидкого хладагента. При невысокой температуре снаружи его испарения достаточно для того, чтобы охладить воздух в салоне. Но с повышением температуры воздуха снаружи эффективность системы снижается. В результате мы получаем один из самых частых симптомов дефицита хладагента: утром кондиционер работает, а днем, когда температура воздуха снаружи повышается, он прекращает поглощать тепло.

Во-вторых, при осмотре кондиционера оценивается испарение влаги, которая впитывается внутрь системы. Оно

СОЗДАНИЕ СЕТИ АВТОРИЗОВАННЫХ СТО SKF



SKF – одна из ведущих международных промышленных компаний, мировой производитель и поставщик подшипников, уплотнений, систем смазывания и мехатронных систем. Продукция компании отличается высоким качеством, поэтому при соблюдении требований по установке и эксплуатации компания SKF гарантирует надежную работу деталей на протяжении межсервисного интервала, указанного в сервисной книжке к автомобилю. Более того, чтобы обеспечить своих клиентов качественным сервисом, компания запустила проект по созданию сети авторизованных СТО SKF.

SKF GARAGE PROJECT

В рамках расширения сотрудничества компании SKF и независимых автомобильных техцентров была создана и успешно реализуется программа SKF Garage Project. Это пилотный проект SKF, и запущен он только в России – в других странах аналогов проекта пока нет.

Целью создания программы SKF Garage Project стала не только организация дополнительных каналов сбыта автозапчастей и специнструмента SKF. Главная задача – улучшение качества сервиса для конечного потребителя.

Реализация программы позволит создать сеть профессиональных независимых СТО, которые будут активно сотрудничать с SKF. Работа напрямую со специалистами компании снизит количество гарантийных претензий, связанных с неправильной установкой деталей или их эксплуатацией, и неизбежно повысит лояльность к бренду SKF.

ВЫГОДЫ ДЛЯ АВТОСЕРВИСА

Преимущества такого сотрудничества для сервисных центров и СТО очевидны. Главное преимущество – это работа со всемирно известным производителем напрямую. Авторизация SKF увеличит поток клиентов на сервис, повысит уровень доверия клиентов к станции. Но это – далеко не все. Компания SKF предлагает своим партнерам целый ряд дополнительных преимуществ:

- **Бесплатные технические и коммерческие тренинги**, которые позволяют значительно повысить уровень квалификации мастеров СТО.



Технический центр
PARTEK, г. Тольятти

- **Помощь в решении сложных технических вопросов**, которые нередко возникают во время работы, всесторонняя информационная поддержка.
- **Сокращение количества рекламаций и гарантийных претензий** в связи с высокой квалификацией персонала.
- **Расширение гарантийного периода на запчасти** (обсуждается строго в индивидуальном порядке).
- **Маркетинговая поддержка.**

Многие сервисные центры России уже оценили преимущества сотрудничества с SKF. В настоящее время в программу SKF Garage Project уже вошли 20 автосервисов в разных городах России. В списке – Москва и область, Тверь, Ростов-на-Дону, Краснодар, Киров, Йошкар-Ола, Тольятти.

ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ И СТО

В целом войти в программу SKF Garage Project несложно – нужно лишь выполнить несколько важных требований.

1. Сервисная станция SKF должна иметь в штате сотрудников минимум одного мастера (автомеханика), имеющего сертификат SKF об успешном окончании технических курсов.
2. Специалисты СТО должны хорошо знать и уметь грамотно рассказать клиенту о технических особенностях продукции SKF, преимуществах по сравнению с аналогами.
3. На СТО в обязательном порядке должен быть обеспечен доступ технических специалистов к требованиям автопроизводителя по ремонту и техническому обслуживанию автомобиля.

Компания SKF была основана в 1907 г. и является одной из ведущих международных промышленных компаний. SKF постоянно занимается внедрением новых технологий и предоставляет своим клиентам инновационную продукцию и решения, предлагающие значительные конкурентные преимущества.

SKF является ведущим мировым производителем и поставщиком подшипников, уплотнений, систем смазывания и мехатронных систем, а также предоставляет сервисные услуги, включающие техническое обслуживание и обеспечение надёжности, инженерный консалтинг и технические тренинги. Представительства компании SKF располагаются в более чем 130 странах, а всего в мире работает около 17 000 компаний-дистрибьюторов продукции SKF.

РАСШИРЕНИЕ ЛИНЕЙКИ ИННОВАЦИОННЫХ САЛОННЫХ ФИЛЬТРОВ MANN-FILTER FRECIOSPLUS



СВЫШЕ 90% ВСЕХ ЛЮДЕЙ В МИРЕ СТРАДАЮТ ОТ ПЛОХОГО КАЧЕСТВА ВОЗДУХА – НЕЗАВИСИМО ОТ ТОГО, ЖИВУТ ЛИ ОНИ В ГОРОДАХ ИЛИ В СЕЛЬСКИХ РАЙОНАХ. ОКОЛО 60 МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК СТРАДАЮТ ОТ АЛЛЕРГИИ. НЕ РЕДКО АЛЛЕРГИЧЕСКИЕ РЕАКЦИИ ВОЗНИКАЮТ В ТРАНСПОРТЕ – ПЫЛЬЦА, БАКТЕРИИ И ПЛЕСЕНЬ ЯВЛЯЮТСЯ НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ СИСТЕМЫ КОНДИЦИОНИРОВАНИЯ ВОЗДУХА. ПРИЧЕМ ЗАГРЯЗНЕННЫЙ ВОЗДУХ В САЛОНЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ВЫСОКИЙ РИСК ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ВОДИТЕЛЕЙ – ВЕДЬ ПОСЛЕДСТВИЕМ МОЖЕТ СТАТЬ НЕ ТОЛЬКО АЛЛЕРГИЯ, НО ТАКЖЕ УСТАЛОСТЬ И НАРУШЕНИЕ КОНЦЕНТРАЦИИ ВНИМАНИЯ, КОТОРЫЕ ПОВЫШАЮТ РИСК НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ.

Компания MANN+HUMMEL представила 2 направления развития салонных фильтров FreciusPlus. Была анонсирована продуктовая линейка биофункциональных салонных фильтров MANN-FILTER FreciusPlus для коммерческого транспорта и планируемый запуск уже второго поколения данных фильтров FreciusPlus 2 для легковых автомобилей.

ОСОБЕННОСТИ ФИЛЬТРА FRECIOSPLUS

Салонный фильтр MANN-FILTER FreciusPlus предназначен для использования в коммерческом транспорте. Он улучшает качество воздуха благодаря трем различным слоям.

- Первый слой предназначен для задержания твердых частиц загрязнений, таких как сажа, частицы резины, мелкодисперсная пыль и т.д. Этот слой фильтра удаляет вредные частицы размером менее 2,5 микрон (PM2,5). Эти крошечные частицы примерно в 50 раз меньше ширины человеческого волоса и могут проникать глубоко в легкие.
- Второй слой содержит высокоэффективный активированный уголь, который получен из кокосовой скорлупы. Этот уголь практически полностью поглощает неприятные запахи и вредные газы, такие как оксид азота, диоксид серы и озон.
- Третий слой – инновационное биофункциональное покрытие – обладает как антиаллергенным, так и антимикробным эффектом. Эти свойства обеспечиваются натуральными полифенолами, входящими в состав этого слоя.

Таким образом, водители обеспечиваются защитой от аллергенов, бактерий и плесени в системе кондиционирования воздуха.



MANN-FILTER FRECIOSPLUS 2

В ближайшее время ожидается также появление второго поколения салонных фильтров MANN-FILTER FreciusPlus 2 для ряда моделей легковых автомобилей. Этот салонный фильтр второго поколения дополнительно оснащен ультратонким слоем из нано-волокна, толщина которого примерно в 100 раз тоньше, чем у стандартных синтетических материалов. Подобно паутине, эти волокна покрывают входной слой фильтра, состоящий из более грубых волокон, что позволяет им улавливать ультратонкие частицы.

Фильтр задерживает:

- частицы класса PM10 и PM2.5
- до 90% более мелких частиц класса PM1 размером менее 1 микрон (0,0001 см),
- до 80% ультратонких частиц (UFP) размером менее 0,1 микрон (примерно в 700 раз меньше толщины человеческого волоса).

Усовершенствованный MANN-FILTER FreciusPlus 2 значительно превосходит предшествующую модель и по сокращению

концентрации в салоне автомобиля запахов и вредных газов – оксидов азота, диоксида серы, озона и т.д.

Он обеспечивает:

- Полное поглощение вредного оксида азота NO₂
- Поглощение аммиака в 200 раз больше, по сравнению с предшествующей моделью
- Защиту водителя и пассажиров от иных летучих органических соединений, например, формальдегида, выделяемого материалами салона автомобиля.

Обновленный MANN-FILTER FreciusPlus 2, как и первое поколение, практически полностью блокирует вещества, вызывающие аллергию (так называемые аллергены), а также бактерии и плесень и предотвращает проникновение их в салон автомобиля через систему вентиляции.

В результате с фильтрами MANN-FILTER FreciusPlus 2 обеспечивается максимальная защита водителя и пассажиров легкового автомобиля от твердых частиц загрязнений, вредных газов, плесени и исключаются аллергические реакции, что обеспечивает безопасное и комфортное вождение.

Компания MANN+HUMMEL является ведущим в мире экспертом в области фильтрации, партнером по разработке и серийным поставщиком продукции для международной автомобильной и машиностроительной промышленности. Компания разрабатывает и выпускает системы фильтрации воздуха, впускные коллекторы, системы фильтрации жидкостей, салонные фильтры и разнообразные пластиковые компоненты, а также сменные фильтрующие элементы для техобслуживания автомобилей.

Поздравляем победителей первого финала конкурса «Лучший автосервис 2019» по региону Сибирь и Дальний Восток!

16 МАЯ В КРАСНОЯРСКЕ В ЗАЛЕ ВЫСТАВОЧНОГО ЦЕНТРА МИКСМАКС СОСТОЯЛСЯ ПЕРВЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ФИНАЛ ВТОРОГО СЕЗОНА НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ «ЛУЧШИЙ АВТОСЕРВИС 2019» - САМОГО МАСШТАБНОГО В РОССИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КОНКУРСА ДЛЯ НЕЗАВИСИМЫХ СТО.

Основная цель конкурса – выявить наиболее эффективные автосервисы: объединить успешные практики достижения успеха и показать их рынку; повысить доверие потребителей к независимым автосервисам; поощрить лучшие предприятия и специалистов независимых СТО.

В конкурсе принимают участие как команды автосервисов, так и специалисты в индивидуальных номинациях.

Организацию конкурса традиционно поддержали многие мировые производители качественных запасных частей и компонентов – **Поставщики GROUPAUTO Россия**:

- Генеральным партнером выступила компания **KYB**
- Учредитель специальной номинации «Лучший диагност»: **BOSCH**
- Официальные партнеры: **BARDAHL, Brembo, Gates, febi, SWAG, LAVR SERVICE, MAHLE, NGK NTK, PHILIPS, Valeo**
- Официальные спонсоры: **NTN SNR, LYNX**

В этом году число конкурсантов значительно выросло. В заочном туре приняли участие **503 участника** из Сибири и Дальнего Востока. Шансы на победу были у каждого, так как к участию приглашались ВСЕ конкурсанты, прошедшие ВСЕ онлайн-задания и приехавшие на место проведения финала.

За звание «лучшего» боролись специалисты из самых дальних городов северо-восточной части России – Хабаровска, Биробиджана, Улан-Удэ, Нерюнгри, Читы, Иркутска, а также Барнаула, Канска, Ачинска, Кемерово, Томска, Красноярска, Новосибирска и их областей.

Конкурсные испытания регионального финала:

Региональный финал состоял из двух этапов – **теоретического и практического**. Для каждой номинации были разработаны индивидуальные тесты, на выполнение которых отводилось 30 мин.

Затем жюри подсчитало баллы заочного тура и тестирования, по ним было отобрано по 10 финалистов в каждой номинации для прохождения **практических испытаний**. Для руководителей и мастеров-консультантов это была деловая игра. Для механиков и диагностов – задания на реальном сервисе, реальном автомобиле.



Для участников, не прошедших во второй этап, организаторы провели викторину с розыгрышем призов от партнеров и спонсоров конкурса.

С автосервиса, на котором проходили практические испытания, была организована онлайн-трансляция. Участники и гости болели за свои команды, оценивали задания, комментировали ошибки.

По итогам всех этапов конкурса были названы победители и призеры регионального этапа Сибири и Дальнего Востока.

По итогам всех этапов конкурса были названы победители и призеры регионального этапа Сибири и Дальнего Востока.

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШИЙ АВТОСЕРВИС 2019»

- 1 место** - **FIT SERVICE**, г. Искитим, ул. Советская, 397В
- 2 место** - **FIT SERVICE**, г. Томск, ул. Шевченко, 32
- 3 место** - **FIT SERVICE (ИП Черноморец)**, г. Новосибирск, ул. Немировича-Данченко, 73а

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШЕЕ МИНИ-СТО»

- 1 место** - автосервис «Счастливый», г. Томск

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШИЙ РУКОВОДИТЕЛЬ»

- 1 место** - **Артем Никулин, FIT SERVICE (ИП Черноморец)**, г. Новосибирск, ул. Немировича-Данченко, 73а

- 2 место** - **Дмитрий Барсуков, FIT SERVICE**, г. Искитим, ул. Петухова, 2
- 3 место** - **Андрей Клочков, FIT SERVICE**, г. Томск, ул. Дружбы 1/3

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШИЙ МАСТЕР-КОНСУЛЬТАНТ»

- 1 место** - **Виктор Мирный, FIT SERVICE**, г. Искитим, ул. Советская, 397В
- 2 место** - **Артем Атякшин, FIT SERVICE**, г. Новосибирск, ул. Тюменская, 91
- 3 место** - **Алексей Чебунин, Ford Shop**, г. Иркутск, ул. Старокузьмичинская, 72

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШИЙ МЕХАНИК»

- 1 место** - **Захар Дрожжинов, FIT SERVICE**, г. Искитим, ул. Советская, 397В
- 2 место** - **Виталий Неврозов, OldSchool**, г. Новосибирск, Красный проспект, 72
- 3 место** - **Виталий Прудников, СТО БРАВО**, г. Иркутск, ул. Джамбула, 30А

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШИЙ ДИАГНОСТ»

- 1 место** - **Михаил Щеглов, 12Volt Corp.**, г. Кемерово, пр. Советский, 17а
- 2 место** - **Михаил Лазарев, FIT SERVICE**, г. Новосибирск, ул. Залесского, 23/2
- 3 место** - **Захар Дрожжинов, FIT SERVICE**, г. Искитим, ул. Советская, 397В

Команда **GROUPAUTO России** благодарит всех участников и партнеров конкурса! Мы желаем Вам успехов! **А ФИНАЛИСТОВ ЖДЕМ НА НАЦИОНАЛЬНОМ ФИНАЛЕ 26 АВГУСТА В МОСКВЕ!** ■

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ: ВЫБИРАЙ ПРАВИЛЬНО! ПРЕМИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ – ОРИГИНАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО



www.groupautorus.ru



Компания МК Kashiyama Corp. примет участие в выставке MIMS Automechanika 2019, которая состоится 26-29 августа



МЫ ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПОСЕТИТЬ СТЕНД НАШЕЙ КОМПАНИИ В ПАВИЛЬОНЕ «ФОРУМ». МК KASHIYAMA CORP. УЖЕ БОЛЕЕ 55 ЛЕТ ЯВЛЯЕТСЯ УЗКО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ ДИСКОВЫХ И БАРАБАННЫХ ТОРМОЗНЫХ КОЛОДОК, ОДНАКО, В ЭТОМ ГОДУ МЫ ПЛАНИРУЕМ ПРЕЗЕНТОВАТЬ НОВЫЙ ПРОДУКТ, КОТОРЫЙ РАНЕЕ БЫЛ ДОСТУПЕН ПОТРЕБИТЕЛЮ ТОЛЬКО НА ВНУТРЕННЕМ ЯПОНСКОМ РЫНКЕ.



Помимо этой продукции, мы представим наши колодки под брендом Winmax, предназначенные для гоночных автомобилей. Продукция Winmax широко используется в мировых чемпионатах: Формула Дрифт, NASCAR, Ралли-марафон «Дакар», а также гонщиками, участвующими в соревнованиях по дрифту.

Так, например, МК Kashiyama Corp. оказывает техническую поддержку команде «Форвард Авто», - наши колодки использует действующий чемпион Мира по дрифту Георгий Чивчан.

В этом году уже на первом этапе Российской Формулы Дрифт серии RDS GP Гоча занял первое место на пьедестале.

Говоря о деятельности компании МК Kashiyama Corp. в России, следует также отметить нашу активную работу по техническому продвижению нашей продукции.

В частности, в этом году совместно с компанией DENSO мы провели технический семинар в Москве. Это мероприятие посетили более ста человек. Дополнительно мы провели технический семинар в Красноярске, где продемонстрировали процесс замены тормозных колодок. Мы считаем данный вид деятельности очень полезным и познавательным, поскольку многие участники, ранее не имевшие возможности наблюдать процесс замены колодок, могут на месте задать нашему техническому специалисту интересующие их вопросы.

Принимая во внимание успех проведенных нами семинаров, мы ожидаем большую явку на новые семинары, которые мы планируем провести осенью текущего года в таких городах как Новосибирск и Владивосток, а также на юге России. ■



Автокомпоненты подкрепляются автопромом



Развитие рынка автокомпонентов стимулируется, прежде всего, динамикой отечественного автомобильного производства. Созданная в новейшее время в РФ автосборочная промышленность фактически полностью удовлетворяет потребности отечественного авторынка и одновременно является драйвером сегмента автокомпонентов и автозапчастей.

За последние полтора десятилетия в Российской Федерации были построены новые и реконструированы действующие автосборочные производства. В них вложены немалые средства инвесторов, которые аналитики оценивают в \$3 млрд. Фактически сегодня в стране создана новая отрасль автомобилестроения. В результате суммарный производственный потенциал всех заводов по выпуску легковых и легких коммерческих автомобилей составил 3,56 млн авто в год.

«Иномарочные» заводы создавались после введения в РФ так называемого режима промсборки. Он

позволил импортировать автокомпоненты для выпуска автомобилей по ставке 0-5% вместо 5-15%. Но для этого инвесторы должны были выполнить определенные требования.

Напомним, что минимальный уровень производственной мощности автосборочного производства по соглашениям «промсборка-1» составлял 25 тыс. автомобилей в год с такими технологическими операциями как сварка и окраска кузовов, уровнем локализации не ниже 30%. С этими требованиями согласились УАЗ, Hyundai, Toyota, PCMA (Peugeot-Citroen-Mitsubishi) и Derways.

По соглашениям «промсборка-2», принятым несколькими годами позже, автопроизводителям вменялось создание мощностей по выпуску 300-350 тыс. автомобилей с уровнем локализации не ниже 60%. Эти требования зафиксированы в соглашениях с АвтоВАЗом и альянсом Renault-Nissan, СП Ford-Sollers, Volkswagen- ГАЗ, а также американским автопроизводителем General Motors.

Сегодня истекают сроки действия всех соглашений о промсборке. Пора подвести итоги строительства нового автопрома на территории РФ. Но также нужно ответить на вопрос - как обновленная отрасль будет влиять на развитие производства и рынка автокомпонентов.

Крупнейшие делают погоду

За истекший период в Российской Федерации появились заводы по выпуску иномарок. Их производственные мощности не так огромны по меркам мирового автопрома. Дело в том, что автопроизводители строили их согласно прогнозам и в расчете на местный авторынок, а также учитывались рынки стран ближнего зарубежья, где исторически отсутствовали производственные мощности по выпуску автомобилей, за исключением Украины и Республики Беларусь. Как правило, автопроизводители не возводили заводы-гиганты, а придерживались тактики рассредоточения мощностей и организации выпуска автомобилей на нескольких площадках. Например, немецкий Volkswagen построил «с нуля» собственный автосборочный завод в Калуге производственной мощностью 225 тыс. автомобилей в год. Вдобавок, Volkswagen Group работает в



тандеме с Группой ГАЗ по контрактной сборке автомобилей марок Skoda и VW, используя производственные мощности нижегородской площадки (160 тыс. автомобилей в год). В целом же суммарная мощность «фольксвагеновского» производства в России превышает требуемые 350 тыс. авто в год.

Таким образом, в результате на территории РФ появилось более двух десятков реализованных автосборочных проектов по выпуску легковых и легких коммерческих автомобилей. А с учетом и другой автомобильной техники таких проектов по выпуску иномарок насчитывается 29.

Самый крупный по объему инвестиций и созданным мощностям в

процессе реконструкции проект реализован на крупнейшем сборочном комплексе страны – тольяттинском АвтоВАЗе. Здесь при полной паспортной загрузке может выпускаться в год 950 тысяч легковых автомобилей. Крупнейшей стала первая линия вазовского конвейера. Она также является и самой эффективной на АвтоВАЗе. При проектной мощности 350 тыс. автомобилей в год в прошлом году здесь собрано 188 тыс. автомобилей Lada (модели Largus и XRay), Renault (Logan, Sandero) и Nissan Almera (сегодня снята с производства). Загрузка составила 53%. Еще на 300 тысяч рассчитан отдельный цех, где ведется сборка модели Lada Granta всех типов

КРУПНЕЙШИЕ ДЕЙСТВУЮЩИЕ АВТОМОБИЛЬНЫЕ ПРОИЗВОДСТВА В РФ

Автопроизводитель	местоположение	Плановая мощность (ед. в год)	Выпускаемые марки	Объем выпуска в 2018 г. (тыс.шт.)
АвтоВАЗ	Тольятти	950 000	Lada, Renault, Datsun, Nissan	375,1
Автотор	Калининград	300 000	KIA, Hyundai, BMW, FAW, Foton	203,0
Hyundai	Санкт-Петербург	230 000	Hyundai, KIA	246,5
Лада Ижевск	Ижевск	230 000	Lada, Nissan	128,0
Volkswagen	Калуга	225 000	VW, Skoda, Audi	145,3
Renault	Москва	190 000	Renault, Nissan	97,9
ГАЗ	Нижний Новгород	160 000	VW, Skoda	56,6
PCMA	Калуга	125 000	Peugeot, Citroen, Mitsubishi	38,1
Ford-Sollers	Всеволожск	125 000	Ford	15,3
Ford Sollers	Набережные Челны	115 000	Ford	5,5
Toyota	Санкт-Петербург	100 000	Toyota	73,6
Nissan	Санкт-Петербург	100 000	Nissan	56,5
Derways	Черкесск	100 000	Lifan, Chery	14,0
УАЗ	Ульяновск	99 000	УАЗ	44,5
GM-АвтоВАЗ	Тольятти	98 000	Chevrolet	31,8
Sollers-Mazda	Владивосток	97 000	Mazda	31,1

и Datsun. Но в прошлом году выпущено 141 тыс автомобилей и загрузка оказалась ниже 47%. Вторая нитка главного конвейера демонтирована. А на третьей нитке конвейера АвтоВАЗ сегодня выпускает Lada 4x4. В целом же производственные мощности автомобильного гиганта в Тольятти загружены на 39%.

Следующий по паспортной мощности автомобильный проект – завод «Автотор» в Калининграде, рассчитанный на выпуск 300 тыс. автомобилей, где в прошлом году произведено чуть более 200 тыс. автомобилей, в основном корейских марок Hyundai и KIA, а также BMW и ряда китайских марок.

Паспортную мощность (230 тыс. автомобилей в год) завод «Хёндэ Мотор Мануфактуринг Рус» уже несколько лет подряд перекрывает большим количеством выпускаемых автомобилей. В прошлом году с конвейера предприятия сошло 246 тыс. авто, а годом ранее 235 тыс. Это предприятие рекордсмен российского автопрома по загрузке производства, составившей 107% в 2018 году.

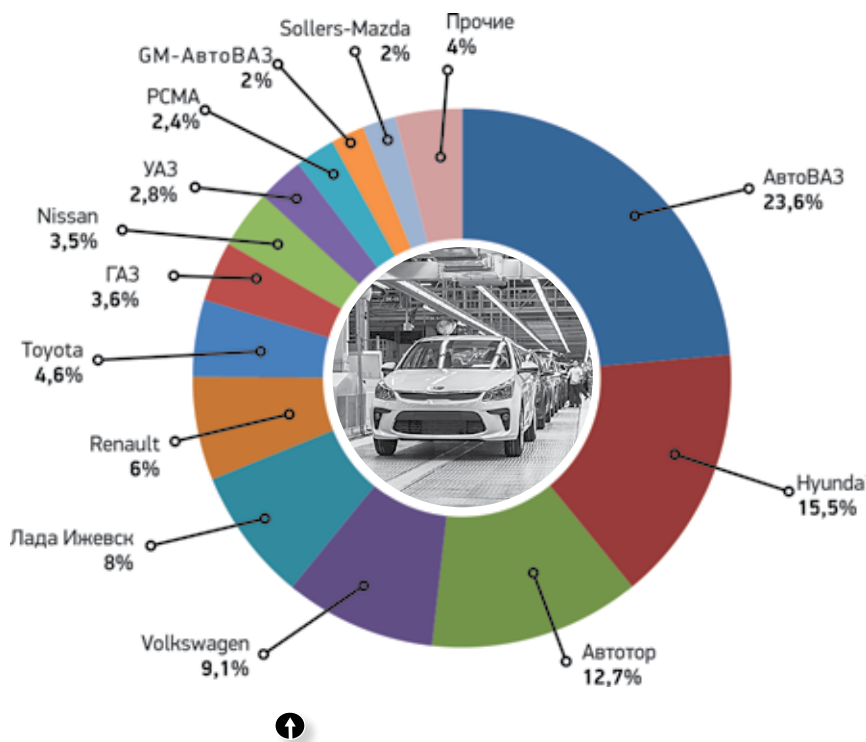
Аналогичную мощность имеет компания «Лада Ижевск», где освоен выпуск флагмана модельной линейки АвтоВАЗа Lada Vesta. С ижевского конвейера в прошлом году сошло 128 тыс. автомобилей (загрузка составила 56%).

На калужском заводе Volkswagen мощностью 225 тыс. машин в год выпущено 145 тыс автомобилей VW (Polo, Tiguan) и Skoda Rapid. Загрузка составила две трети мощностей.

Девять автосборочных предприятий, созданных в РФ в новейшее время, имеют производственные мощности более 100 тысяч машин в год. Наиболее крупные из них – «Рено Россия» в Москве (190 тыс. авто в год), цех легковых автомобилей ГАЗ в Нижнем Новгороде (160 тыс.), PCMA в Калуге (125 тыс.), Ford Sollers в Ленинградской области (125 тыс.). Еще пять автосборочных заводов могут выпустить менее 100 тысяч авто в год.

Специалисты из АА «Автостат» подсчитали, что за весь прошлый год было произведено 1,24 млн единиц легковых иномарок. При этом половина из них (622 тыс.штук) была выпущена на трех предприятиях. Лидером по производству иномарок стал «Хёндэ Мануфактуринг Рус» с показателем 246 тыс. На втором месте калининградский «Автотор» с 203 тыс. автомобилей. А отечественный автогигант АвтоВАЗ выпустил 172,2 тыс. иномарок.

Мы несколько расширили возможности использования статистики и представляем более подробную информацию о структуре выпуска автомобилей и производственных возможностях нового российского автопрома (диаграмма).



СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ЛЕГКОВЫХ И ЛЕГКИХ КОММЕРЧЕСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ В РФ, В 2018 ГОДУ. %%

Действующие автосборочные заводы становятся ядром, на основе которого формируется локальный автомобильный кластер. Не будем сейчас перечислять сформированные и находящиеся в процессе становления такие автосборочно-автокомпонентные комплексы. Другой вопрос: какова перспектива развития автомобильной промышленности в РФ? Какие пути углубления и интенсификации производства в кластерах?

Футурология новых площадок

Несмотря на низкую загрузку существующих производственных мощностей (в целом ее оценивают по всей отрасли в 45%), ряд зарубежных автопроизводителей до сих пор верят в российский авторынок. И несмотря на сложности, начинают строительство новых автомобильных заводов на территории РФ. Сегодня таких проектов три.

Удивляет, прежде всего, первый, китайский проект – новый автозавод Naval, который открыт в начале июня на территории Индустриального парка «Узловая» в Тульской области. Его сооружение началось осенью 2015 года, когда раскаты посткрымского кризиса уже давали о себе знать на авторынке. Тем не менее, китайский автопроизводитель не заморозил проект, а довел его до конца.

Завод Naval станет первым зарубежным предприятием полного ци-

кла китайского бренда. Как сообщала пресс-служба «Хавейл Мотор Рус», объем инвестиций в предприятие составил \$500 млн. На первом этапе производственная мощность составит 80 тыс. автомобилей в год, а на втором планируется выйти на максимальную мощность – 150 тыс. автомобилей в год. Предприятие включает в себя цеха штамповки, сварки, окраски и сборки. Также в составе предприятия цех производства автокомпонентов. Завод Naval будет выпускать кроссоверы этой китайской марки.

Примечательно, что китайский автопроизводитель обратился в Правительство РФ по поводу заключения специнвестконтракта (СПИК). То есть он собирается работать на российском авторынке с инструментом государственной поддержки. Таким образом, начата экспансия китайского автопрома в РФ.

Следующие два проекта, реализуемых в РФ, «возвращают» нас к условиям «промборки-1», когда декларировался уровень производства не ниже 25 тыс. авто в год и наличие трех производственных процессов – сварка, окраска, сборка.

Бавария на Балтике

Баварский производитель автомобилей премиум-класса BMW готовится подписать специнвестконтракт, согласно которому в РФ будет построен автозавод, выгодный с точки зрения логистики. Для локализации выбрана площадка в поселке Храбово Калининградской области РФ.

Во-первых, доставка оборудования, а впоследствии и сборочных комплектов будет осуществляться удобным морским путем – по Балтике. Во-вторых, организовав производство в ОЭЗ «Храбово», баварскому автопроизводителю будут положены льготы сроком на шесть лет.

Планируемая мощность предприятия 35 тыс. автомобилей в год. Инвестиции в автопроизводственный завод оцениваются в сумму около 270-290 млн евро. Напомним, что баварский автопроизводитель вынашивает планы строительства собственного автопроизводственного завода с 2013 года. По всей видимости, его вдохновил пример другого немецкого производителя автомобилей премиум-класса Mercedes-Benz, который построил такой же небольшой по мощности автозавод в Подмоскowie. Вдобавок, BMW поджидает срок, в который необходимо попасть с заявкой на специнвестконтракт. Напомним, что Минпромторг принимает и рассматривает заявки до 1 июля текущего года, согласно указанию вице-премьера Дмитрия Козака. Кроме того, в Госдуме проходит чтение закон о СПИК-2, в котором требования к инвесторам более жесткие.

Сегодня BMW выпускает свои автомобили на калининградском предприятии «Автотор», где производится практически вся линейка баварского автопроизводителя – седаны 3,5 и 7 series, а также практически вся линейка кроссоверов.

Подмосковные «мерсы»

Завод Mercedes-Benz в Подмоскowie был открыт в начале апреля текущего года. Его основные характеристики позволяют сделать вывод, что выпускаемые здесь «мерседесы» не будут высоколокализованным продуктом. Заявленная численность персонала – 1000 сотрудников. Завод вместе со стоянкой готовой продукции будет занимать площадь 85 га в индустриальном парке Есипово на территории Солнечногорского района Московской области в 30 км от столицы. В строительство предприятия вложено порядка 250 млн евро. То есть примерно 18,3 млрд руб. по текущему курсу. Это все равно выше, чем граница, проведенная в законе о специнвестконтрактах (СПИК-1). Комплекующие будут поступать из Европы, конкретно, из Германии. Оттуда контейнеры направляются на центральный склад в Санкт-Петербурге и далее в Подмоскowie.



Есть основание полагать, что столь мягкие условия контракта обусловлены некоей имиджевой составляющей. В свою очередь, немецкому автопроизводителю Daimler не в первый раз запускать подобные небольшие по мощности и локализации автопроизводственные предприятия, предназначенные в основном для обхода пошлин и прочих искусственных барьеров доступа на местный авторынок.

Напомним, что локальные «мерседесы» выпускают в Бразилии, Индии, Индонезии, Таиланде, Малайзии и Вьетнаме. Это предприятия производственной мощностью от 4 до 25 тысяч автомобилей в год. А производственная гамма включает седаны от C-Klasse до флагманского S-klasse. Линейка российских «мерседесов» будет состоять из представительского седана E-klasse и кроссоверов этой премиальной марки. Подмосковное предприятие, как заявляют представители немецкого концерна, будет поставлять автомобили на розничный рынок. Но одна из приоритетных це-

лей – госзакупки, одним из условий которых, напомним, является лейбл «Сделано в России». Соответственно, теперь у подмосковных «мерседесов» есть шансы потеснить в гаражах государственных органов любого конкурента, даже такой «чиновничий» автомобиль, как Toyota Camry.

В локализации нашли компромисс

Давно ожидаемые решения о критериях государственной поддержки отрасли увидели свет в Постановлении Правительства РФ №661 от 25 мая 2019 г. Как пишется в преамбуле этого документа, цель принятых решений – повысить эффективность применения механизма локализации промышленных производств, дифференцировать предоставление господдержки на основе балльной системы оценки степени локализации автомобилестроительных заводов.

Подробный анализ данного судьбоносного документа, который, несомненно, повлияет на развитие

СПИК ИНСТРУМЕНТ ТРЕТЬЕГО ЭТАПА ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ ОТРАСЛИ

Легковой сегмент, модели дороже 1 млн руб.	
Альянс АвтоBA3-Renault-Nissan-Mitsubishi	
Mercedes-Benz	Сварка, окраска, сборка + обязательства по Постановлению 719
Volkswagen	
Toyota	
BMW	
Легковой сегмент, модели до 1 млн руб.	
Альянс АвтоBA3-Renault-Nissan-Mitsubishi	Сварка, окраска, сборка + ДВС/гибрид/электродвигатель + КПП + системы управления
Hyundai-KIA	
Volkswagen	
Коммерческий сегмент	
КАМАЗ-Daimler	Сварка, окраска, сборка + ДВС/гибрид/электродвигатель + КПП + системы управления
ГАЗ	
ISUZU-SOLLERS	
УАЗ-Ford-SOLLERS	

По данным МинпромторгаРФ



отрасли отечественного автостроения, еще впереди. Тем не менее, документ стал объектом серьезной борьбы двух подходов, которые озвучивали чиновники двух министерств – Минпромторга РФ и Минэкономки.

Суть этих противоположных подходов в том, что чиновники Минэкономки предлагают одновременно пойти на уступки крупнейшим игрокам рынка и концернам с небольшими объемами выпуска. Они предлагали засчитывать локализацию по альянсам, что может помочь получить доступ к господдержке более низко локализованным игрокам за счет сильного партнера, как, например, АвтоВАЗ, который теперь работает в составе франко-японского альянса Renault-Nissan-Mitsubishi. Таким образом, констатируется, что избыточно предъявлять требования к производству всех комплектующих к каждому автоконцерну по отдельности. Речь идет о возможности исполнить обязательство в рамках альянса двумя путями: определить перечень компонентов, требования к которым могут быть предъявлены в рамках объединения автопроизводителей, либо напрямую указать, что все требования могут выполнены автопроизводителями в рамках альянса автопроизводителей.

Также чиновники Минэкономки посчитали, что небольшие производства (а это выше упомянутые заводы Mercedes-Benz и будущий BMW, а также ряд других предприятий) должны были получить более низкий порог доступа к госсубсидиям.

Теперь, после публикации Постановления №661, все вопросы сняты. Оно регламентирует Федеральным органам исполнительной власти при заключении специальных инвестиционных контрактов в сфере автомобилестроения после 1 июля 2019 г. исходить из того, что при производстве не менее чем 90 процентов колесных транспортных средств (автомобили легковые, легкие коммерческие автомобили, автомобили грузовые, автобусы) в течение любого календарного года из календарных лет действия специального инвестиционного контракта в сфере автомобилестроения должны выполняться на территории Российской Федерации технологические операции, в совокупности оцениваемые в количестве не менее 7000 баллов. ■



Ясность вместо пустых слов: **5-летняя гарантия.**

Профессионалы в автосервисе не нуждаются в пустых обещаниях – им нужно качество, на которое они могут положиться. Поэтому для зарегистрированных партнеров мы обеспечиваем 5-летнюю гарантию на все товары Continental Power Transmission Group для рынка послепродажного обслуживания автомобилей. Без «если» и «но».

www.contitech.de/5



Power Transmission Group
Automotive Aftermarket



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ
WWW.PSH-RU.COM



Компания PSH – высокая динамика на европейском рынке aftermarket

Компания Pos Service Holland (PSH) является производителем и поставщиком стартеров и генераторов, запасных частей и диагностического оборудования.

Главный офис компании расположен в Гравеланде (Голландия). Продукция компании поставляется в более чем 70 стран мира. Филиалы компании работают в Испании, Франции и Китае. Торговые представители практически во всех странах зарубежной Европы и СНГ, в том числе в Российской Федерации.

Сегодня компания прилагает неординарные усилия для достижения стратегической цели - стать крупнейшим оптовым поставщиком стартеров и генераторов на рынке aftermarket в Европе и значимым игроком по диагностическому оборудованию во всем мире!

Для достижения заданной цели созданы все предпосылки. Огромный складской комплекс компании площадью более 9000 кв.м имеет оборот более 40 млн евро. Сотрудничество с ведущими премиальными брендами OE, собственный бренд, низкий процент рекламаций, уникальная система нумерации.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ
WWW.MAXTRAC.COM



MAXTRAC – европейский производитель из Голландии

Ассортимент продукции представлен пружинами нескольких серий, в том числе и спортивных подвесок, стандартными и заниженными пружинами подвески. Вся продукция отвечает требованиям безопасности водителя и пассажиров, разработана и произведена, что бы улучшить управляемость автомобиля и стабилизировать нагрузку на подвеску. Амортизаторы и пружины применяются на европейских, корейских, японских и американских автомобилях.

Ассортимент производимых пружин покрывает практически весь модельный ряд современных автомобилей и недавно пополнился новыми позициями.

MC7803	HYUNDAI ix 35	type LM, EL, ELH
MC7812	Kia Sportage	type SL
MC7884	Nissan Juke 1,6	type F15
MC7920	Honda Civic IX	type FK1/FK2/ Fk3
MC7977	Renauli Twingo 1.2 turbo/ 1.2 Tce 100	type SNO

Программа запасных пружин MAXTRAC разрабатывается собственными инженерами. Производство пружин находится в Европе, и вся продукция изготавливается из стали, легированной хромом-кремнием или хромом-ванадием, согласно высочайшим стандартам, предъявляемым к комплектующим изделиям. MAXTRAC использует новейшие технологии антикоррозионной защиты, и пружины MAXTRAC проходят обработку цинк -фосфатированием с нанесением порошкового покрытия. Голландское предприятие MAXTRAC B.V. имеет 30 лет опыта в проектировании и производстве деталей систем подвески, в первую очередь пружин и амортизаторов. Запасные пружины MAXTRAC разработаны согласно стандартам ISO 9001:2000 и TUV.



diederichs.com

DIEDERICHS Karosserieteile – дальнейшее расширение

Компания Diederichs Karosserieteile GmbH была основана более 50 лет назад. После нескольких переездов с 2002 года компания обосновалась в городе Бад Бентхайм (Германия). Благодаря многочисленным пристройкам, площадь склада в 24.000 кв.м. обеспечивает высокую емкость, что позволяет клиентам быстро получать запасные части для своих автомобилей.



На **24.000 кв.м.** складировается 50.000 различных запасных частей для 650 типов автомобилей.



Расширение запланировано на 2020 год

Чтобы иметь возможность постоянно расширять ассортимент в программе:

- Diederichs детали кузова и освещения
- Diederichs тюнинг & стайлинг
- Diederichs климат

и быстрее реагировать на высокий спрос таких эксклюзивных изделий, как например подрамники двигателя, компания Diederichs Karosserieteile планирует в 2020 дальнейшее расширение. Земельный участок уже приобретен и планирование находится в полном разгаре.

На ежедневно обновляемой, TecDoc базируемой, интернет странице, можно видеть полную программу Diederichs.

*Команда экспертов проконсультирует по телефону,
также и на русском языке.*

Обзор рынка стартеров

Когда речь идет об электрооборудовании, то помимо аккумуляторной батареи нельзя забывать о других важнейших деталях, качество исполнения которых является вопросом «жизни или смерти» автомобиля. Это, прежде всего, стартер, от функционирования которого зависит комфортная и уверенная автомобильная жизнь: при его неисправности привести автомобиль в движение невозможно. Большинство автолюбителей уделяют ему много внимания. Поэтому мы решили проанализировать структуру рынка стартеров.



Большое количество стартеров схожи по конструкции и всегда имеют штатные компоненты. Разница может быть, но несущественная. Такое несоответствие чаще всего можно заметить в системе, служащей для автоматического отсоединения шестеренок. Она нужна для того, чтобы предотвратить запуск двигателя на включенной передаче в те моменты, когда автомобиль движется.

Основные компоненты стартера это, прежде всего, электромотор, втягивающее реле, которое предназначено для непосредственной передачи тока от замка зажигания к электродвигателю стартера: бендикс, который служит для отлаженной передачи момента вращения с электромотора на

коленвал с помощью маховика коммутирующие устройства.

Неисправности стартера могут возникнуть по абсолютно разным причинам. Начиная от банального механического износа деталей, с которым со временем столкнется любая техника, до человеческого фактора. К тому же поломки в стартере работают по эффекту домино – одна неисправность провоцирует возникновение второй, чаще всего более серьезной. Но не все так плохо, ведь стартер можно отремонтировать. Поскольку устройство разборное, непригодный узел в нем можно заменить на новый. Лучше полностью и в сборе. Никогда не избегайте полной замены сгоревшего стартера. Ресурса у стартера как та-

СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ СТАРТЕРА ДЛЯ FORD FOCUS СЕДАН II 1,6 (2012 Г.В.), РУБ.	
Бренд	руб
Ford	14 266
Bosch	12550
Delta	6 410
Dominant	4 113
ERA	5 216
Fenox	5 057
HC-Cargo	7 731
Hella	7 802
JP Group	5 333
Krauf	6 474
LESTER	5 716
Plus Line	4 817
Tesla Technics	4 742
Valeo	8 488
Vizit-Auto	5 194
WAI	5 861
Стартвольт	4 436

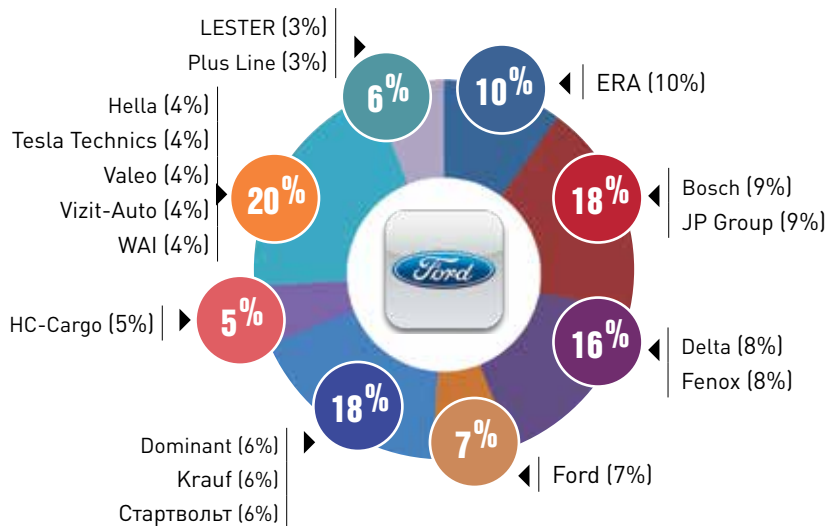


ДИАГРАММА 1.
ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ БРЕНДОВ
КОМПЛЕКТОВ СТАРТЕРОВ ДЛЯ
FORD FOCUS СЕДАН II 1,6 (2012 Г.В.),%



кового нет, все зависит от условий его эксплуатации. Продажи отдельных компонентов стартеров в большинстве случаев встречаются при ремонте автомобилей в домашнем гараже либо в гараже у кустарей, которые берутся за ремонт в случае локализованной поломки, т.е. выхода из строя одного из блоков.

Следовательно, стартер далеко немаловажная деталь автомобиля, которая требует к себе пристального внимания. В устройстве стартера нет ничего сложного, но это и является его неотъемлемым плюсом. Так как стартер делится на несколько компонентов, можно говорить о его ремонтпригодности. Поломки стартера могут возникнуть абсолютно по разным причинам, но в основном их две – механический износ и отсутствие должного внимания во время эксплуатации. В автосервисе необходимо автолюбителям предлагать осмотр. И если требуется замена, то лучше купить надежную деталь, которая будет служить дольше.

Рыночные особенности

Срок эксплуатации автомобилей увеличивается медленно, так же растет и величина среднего пробега. Состояние дорог кардинально лучше не становится. Вдобавок, медленно растет экономика и платежеспособность граждан. Автовладельцы стремятся к экономии и часто уходят из официальных СТО в независимые сервисы. Во многих городах автомобили все чаще увязают в пробках. Всё это в целом приводит к износу такого узла как стартер.

Отметим, что автопарк страны представлен автомобилями самых разных марок, в том числе некогда ввезенными в страну, часто еще и с внушительным пробегом. Но это отдельный сегмент автопарка. Поэтому аналитический отдел нашего издания поставил перед собой задачу выяснить, как выглядит розничный рынок комплектов стартеров для таких распространенных автомобилей-иномарок, которые уже имеют внушительный пробег по дорогам страны. Например, таких моделей как Ford Focus. Также в качестве объекта анализа взяты стартеры ставшего главной иномаркой российского парка Hyundai Solaris. И для полноты картины проанализировано предложение для чешского бестселлера размерного класса C - Skoda Octavia. Данные были получены из открытых источников, предложений интернет-магазинов, а также с помощью телефонного опроса розничных магазинов.

Исследование рынка стартеров проведено на примере самых массовых моделей автомобилей, которые представлены в региональных парках, и запчасти для которых востребованы на вторичном рынке. Соответственно, нет причин сомневаться в объективности исследования.

Для исследования регионального компонента данного сегмента рынка aftermarket был выбран Приволжский федеральный округ. Во-первых, Поволжье – это один из регионов, где опорной является отрасль производства автокомпонентов.

Во-вторых, Нижегородская область, Самарская, Саратовская области, Республика Татарстан и Башкортостан – это крупнейшие по емкости региональные авторынки России, которые неизменно входят в верхнюю часть списка ТОП-15, что автоматически повышает репрезентативность при анализе.

В-третьих, здесь высоко развит рынок автомобилей с пробегом. По данным АА «Автостат», в прошлом году в первую десятку регионов страны по перепродажам поддержанных автомобилей вошли республики Татарстан и Башкортостан, а Самарская и Нижегородская области заняли 11 и 12 место соответственно.

В-четвертых, учитывалась емкость автопарков региона. Так, в республиках Татарстан и Башкортостан, Самарской области численность автопарка превысила 1 млн автомобилей в каждом; в Нижегородской области несколько ниже одного миллиона.

Приволжский округ долгое время отличался особенностью – в структуре парка длительное время доминировали отечественные модели. Однако сегодня здесь стремительно развивается иномарочный сегмент.

Выбор автомобилей для анализа также основывался на данных статистики. Исторически сложилось так, что в отечественном парке до сих пор доминируют автомобили размерного класса C+. На них приходится в общероссийском зачете 37,4% автопарка. Этот сегмент представляет Skoda Octavia и Ford Focus. На сегодня самые популярные сегменты авторынка – автомобили класса SUV и размерного класса В+. Последний представлен Hyundai Solaris.

Среди иномарок на первом месте в отечественном автопарке, а также в парке Приволжского округа неизменно много лет лидирует Ford Focus. Численность этой легковушки превысила 750 тыс. ед.. В «затылок» ему дышит корейский автомобиль Hyundai Solaris. Чешская модель Skoda Octavia является знаковой моделью размерного класса C+ и, соответственно, рыночным конкурентом Ford Focus.

Ford Focus

Средняя стоимость стартеров для популярной в России модели автомобиля составила по нашим расчетам в Самаре – 6 718 руб., а в Нижнем Новгороде – 6 087 руб. Объяснение этого факта довольно простое. Нижний Новгород находится ближе к столичным центрам дистрибуции. Плечо доставки между Москвой и Нижним составляет 300 км. Это в три раза меньше, чем аналогичное логистическое плечо до Самары. Но на самом деле тут не все так однозначно, как кажется на первый взгляд.

Среди других иномарок, которые подлежали нашему анализу, сцепления для Ford Focus обладают наибольшей представленностью. Стартеры для этого популярного автомобиля на рынке aftermarket изучены на основе анализа 17 брендов, представленных на самарском локальном рынке автозапчастей, и 15 брендов, представленных на нижегородском.

Нас несколько удивила данная ситуация, поскольку на другие модели популярных в Приволжском округе автомобилей количество продаваемых брендов меньше.

Из анализа мы не стали исключать оригинальные стартеры Ford, поскольку этот продукт не искажает



целостную картину по региональному рынку. Но отметим, что ценник на оригинальные стартеры все же достаточно высок – 14 266 руб. для Самары и несколько более 10 тыс.руб в Нижнем Новгороде.

С точки зрения представленности брендов, наиболее распространенным предложением являются сцепления таких брендов как ERA, Bosch, JP group, Delta, Fenox, и собственно Ford (см. диаграмму 1).

Ценовой анализ предложений принес несколько интересных сюрпризов. Впрочем, цена стартеров для этого бестселлера прошлых лет на двух соседних приволжских рынках

запчастей практически не слишком разнится. Забегая вперед, отметим, что цена предложения стартеров на другие модели автомобилей выше на самарском рынке, а разница в сравнении с нижегородским рынком существеннее.

Что касается производителей стартеров, то в списке предложения встречается много новых брендов, которые в нашем прошлом анализе рынка (в 2013 году) не фигурировали. Впрочем, встречаются и те бренды, которые были представлены пять лет назад, например Valeo.

Разница в цене между самым дорогим оригиналом (Ford) и самым низким ценовым предложением (Dominant) составила 3,5 раза. В принципе, это обычный ценовой разрыв. Но несколько настораживает низкая цена предложения низкоценового бренда. Среди исследуемых баз данных в ценовом диапазоне 4-5 тыс. руб. представлены стартеры четырех брендов – Стартвольт, Tesla Technics, Plus Line и вышеупомянутый Dominant. Несколько выше (от 5000 руб.) ценовое предложение таких брендов как Fenox, Vizit-Auto, WAI, LESTER, ERA.

Премиальный продукт в сегменте запчастей для этого некогда популярного на отечественном рынке автомобиля представлен следующими брендами. Прежде всего, это Bosch. Обращает на себя внимание тот факт, что цена предложения данных комплектов стартеров Bosch на нижегородском рынке выше, чем на

СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ СТАРТЕРА
ДЛЯ HYUNDAI SOLARIS (2012 Г.В.), РУБ.

Бренд	руб
Hyundai / KIA	20 290
Achim	9 706
AMD	7 561
Bosch	17 256
ERA	5 214
HC-Cargo	8 731
Japan Parts	6 009
Krauf	5 669
Mando	7 105
Nipparts	5 893
Plus Line	5 730
SAT	5 837
Stellox	4 551
Tesla Technics	5 731
Valeo	10 726
Стартвольт	4 322

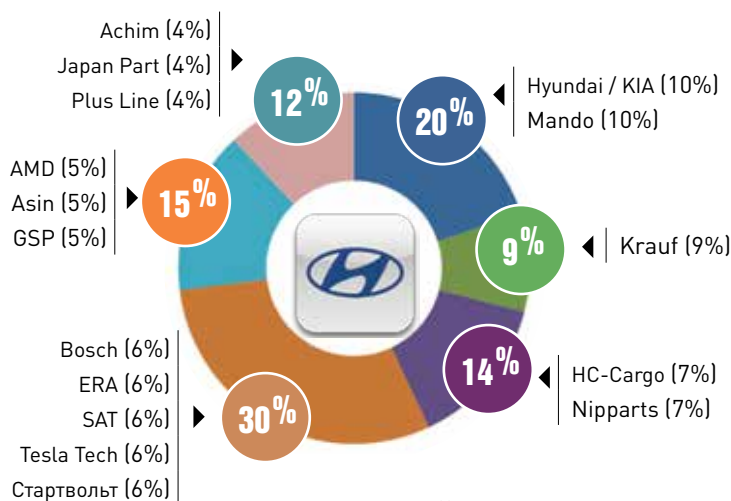
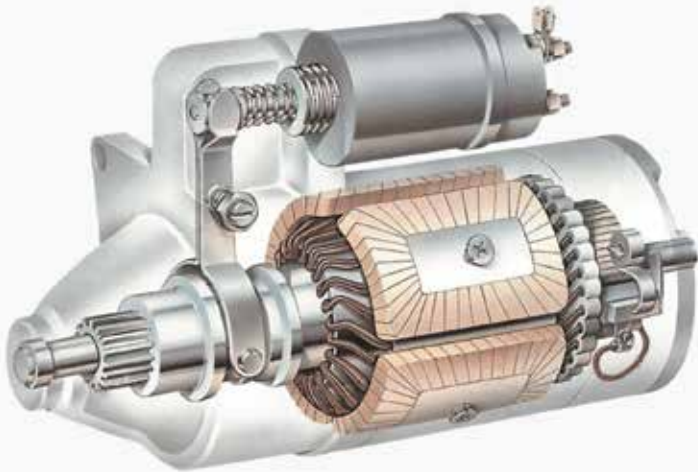


ДИАГРАММА 2.
ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ БРЕНДОВ
КОМПЛЕКТОВ СТАРТЕРОВ
ДЛЯ HYUNDAI SOLARIS (2012 Г.В.),%





самарском. Оказывается, в Нижнем Новгороде стартеры Bosch предлагаются по цене выше оригинала. Чем обусловлено такое положение вещей - нам не известно. Но этот ценовой феномен единственный, у других брендов такого уникального ценового предложения нет.

К высокому ценовому сегменту с некоторой натяжкой можно отнести стартеры Hella и HC-Cargo. В принципе, они позиционируются между продуктами низкоценового сегмента и оригиналом.

Примечательно, что пять лет назад, когда мы проводили аналогичное исследование, ценовое позиционирование не отличалось от текущего. Такой же более чем трехкратный разрыв между оригиналом и самым низким ценовым предложением. Стартеры бюджетного сегмента тогда предлагались по цене 2 500 – 3 400 руб. А оригинал имел цену 9 260 руб.

Hyundai Solaris

Для последующего анализа нами взята модель популярного корейского автомобиля 2012 г.в. За семь с лишним лет эксплуатации такой агрегат как стартер для таких машин достаточно востребован – пробег у таких автомобилей уже переваливает за 100 тыс км и более.

На самарском локальном рынке нами рассмотрены 16 брендов стартеров и 14 брендов - на нижегородском. Ситуация на рынке aftermarket для корейского народного автомобиля немного отличается как от аналогичной ситуации для Skoda Octavia, так и Ford Focus, но и одновременно имеет ряд общих черт. Представленность брендов на рынке запчастей высокая. Несколько опережают другие марки по представленности такие известные бренды как Mando, Krauf, HC-Cargo, Nipparts. Их обнаружили в большинстве торговых точек. Разница между остальными представленными брендами совсем невелика (см. диаграмму 2).

Средняя цена на самарском рынке автозапчастей для корейского народного седана составила 8146 руб, а на нижегородском - 7264 руб. Начнем с того, что оригинальный стартер Hyundai/KIA в Самаре имеет самую высокую среднюю цену (20 290 руб.). Правда, в Нижнем Новгороде цена на аналогичный узел практически на 5000 рублей ниже. Аналогичная ситуация с ценовым предложением стартеров Bosch. На самарском рынке

green

FILTER

НЕМЕЦКИЙ КЛИМАТ
В ВАШЕМ АВТОМОБИЛЕ



Топливные, масляные, воздушные
и салонные фильтры, погружные
фильтры бензонасосов

GREENFILTERS.DE



Высококачественные фильтрующие материалы на композитной основе, используемые в линейке продукции GREEN FILTER, обеспечивают чистоту двигателя и воздуха в салоне автомобиля. 100% контроль качества



Высокая степень фильтрации в фильтрах двигателей гарантирует 99% очистку от частиц больше 10 микрон. Для салонных фильтров используется специальная серия антибактериальных и угольных фильтров



Продукция соответствует качеству оригинальной комплектации



CARBERRY.
Performance for you

СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ СТАРТЕРА ДЛЯ SKODA OCTAVIA 1.6 (2013 Г.В.), РУБ.

Бренд	руб
VAG	22 577
Bosch	14 487
Delta	3 661
ERA	6 975
Fenox	7 223
HC-Cargo	7 887
JP Group	7 342
Krauf	6 044
LESTER	6 396
Motorherz	5 964
Stellox	6 241
Valeo	12 593
WAI	6 247

aftermarket среднее значение 17 256 руб, а на нижегородском – 15 197 руб. Стартер известного европейского поставщика Valeo, соответственно, 10 726 руб в Самаре. А вот на нижегородском рынке Valeo фактически обосновался в другом ценовом сегменте (6 391 руб.).

Самое бюджетное по ценам предложение у таких брендов как Stellox и Стартволт (ниже 5 тыс. руб.). Более 5 тыс. рублей - ценник у таких сцеплений как Tesla Technics, SAT, Plus Line, Krauf, ERA.

В отличие от аналогичного предложения Ford Focus, для Hyundai Solaris существует довольно мощный среднеценовой сегмент (7-9 тыс. руб.). Это продукция таких брендов как AMD, Achim, HC-Cargo, Mando.

Skoda Octavia

Анализ рынка aftermarket для чешского автомобиля, во время которого была изучена продукция 13 брендов в Самарской области и 15 брендов, представленных в Нижегородской области, привела нас к неожиданному открытию. Оказывается, оригинальные стартеры VAG оказались самыми дорогими среди всех остальных исследуемых моделей автомобилей. Среднее ценовое предложение составило 22 577 руб. Из-за такого ценового диспаритета мы не рассматривали оригинал на нижегородском рынке запчастей, поскольку такое ценовое предложение просто бы «взорвало» общую картину и сильно зависило бы средней ценовой уровень. Впрочем, из-за этого исключения средняя цена предложения стартеров в Нижнем Новгороде для Skoda (7 231 руб.) оказалось на уровне более распространенного автомобиля Hyundai Solaris. Соответственно, при анализе самарского рынка автозапчастей учет цены оригинала повысил среднюю цифру до 8741 руб.

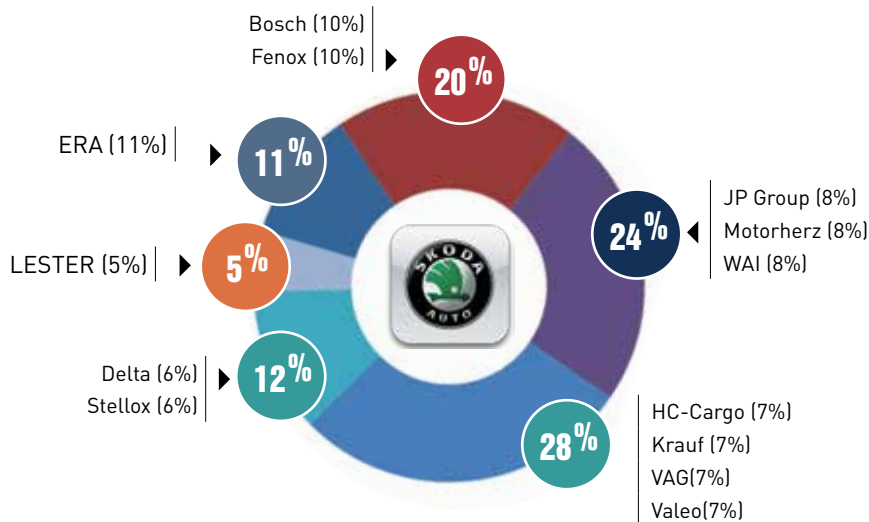


ДИАГРАММА 3.
ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ БРЕНДОВ
КОМПЛЕКТОВ СТАРТЕРОВ
ДЛЯ SKODA OCTAVIA 1,6 (2013 Г.В.),%

В ценовом вопросе не все так однозначно, как может показаться на первый взгляд. Разница цен между самыми дорогими и самыми низкобюджетными стартерами на самарском рынке aftermarket составила 6 раз. Это самый большой ценовой разрыв среди исследуемых марок стартеров для выбранных нами автомобилей.

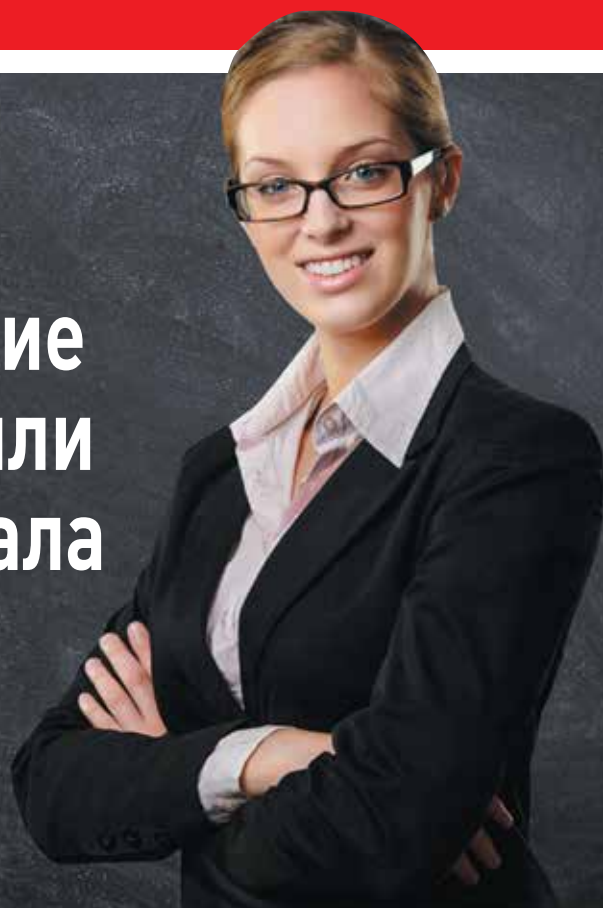


Абсолютными лидерами по стоимости для Skoda Octavia стали комплекты от немецкого производителя Bosch. Вспомним, что эта компания является ведущим на европейском автомобильном рынке производителем автомобильных компонентов. Именно продукт этого поставщика, а также Valeo поставили ценовой рекорд на приволжском рынке автозапчастей – 14 487 руб в Самарской области. А на нижегородском рынке самое высокое ценовое предложение у Valeo – 13 006 руб. Это премиальный

продукт, поэтому ничего особенного в этом предложении нет. По качеству он близок к оригиналу.

А вот остальное предложение, исходя из ценовой составляющей, делится на две группы – среднеценовое и бюджетное. Разница между ними невелика. Низкий ценовой сегмент представлен таким брендом как Del* (3 661 руб.). А продукция в другом сегменте не опускается ниже условной планки в 5000 руб. Все бренды, цена которых выше этой условной границы, можно отнести к среднеценовому сегменту. Среди них уже хорошо знакомые бренды – WAI, Stellox, Motorherz, Krauf, Fenox, ERA и др. Примечательно, что их позиционирование для других моделей автомобилей было ближе к бюджетному сектору цен. Если рассматривать предложения одних и тех же брендов в этих двух городах, они не сильно различаются. Из проведенного анализа можно сделать следующий вывод: запчасти для Skoda Octavia самые дорогие среди изученных моделей. ■

Цифровое предложение для владельцев СТО или автомагазина от портала Проавтобизнес.рф



Адекватная выгода - когда затраченные усилия равны или меньше полученного результата.

“Такого не бывает!” - скажете вы. - “Усилия всегда больше результата”.

Помните закон Парето? 80% результата дают 20% усилий, остальные 80% усилий обеспечат лишь оставшиеся 20% результата.

Что составляет 80% деятельности по продаже автозапчастей? Правильно, рутина: поиск товаров, составление и отправление заявок, учет товарооборота, отслеживание поставок, информирование покупателей... и, как правило, это приносит малую часть результата.

А что, если улучшить этот процесс?

Один раз “заморочиться”, навести порядок в бизнес-процессах и в будущем тратить на это минимум сил и получить больше продаж (за счет ускорения всех процессов)?

Портал проавтобизнес.рф представляет Онлайн-сервис ГЕЕКАУТО

Это облачная программа для управления продажами и учета клиентов.

Подробнее о сервисе <http://geekauto.ru/>



Увеличьте продажи автомагазина

с помощью сервиса для работы с поставщиками и клиентами



Начать работу в сервисе БЕСПЛАТНО

Registration form fields:

Получить доступ

Отправка формы. Вы соглашаетесь с политикой конфиденциальности

Он увеличивает скорость работы: поиск запчасти по поставщикам длится 15 секунд - все поставщики отображаются на одной странице, оттуда же можно оформить заявку на нужную запчасть и отследить потом доставку.

Он ведет базу клиентов: запоминает всех покупателей и даже незакрытые заявки - вы соберете базу клиентов и сможете с ними взаимодействовать, плюс будете знать, что чаще всего заказывают, что заказывали, но не купили, а что просили, но у вас этого не было

Он ищет вам покупателей: вместе с сервисом, вы получаете сайт-одностраничник и настройку рекламы в Yandex и Google

Кроме прибыли, продаж - в общем, материальной выгоды - нужна ещё польза моральная - ведь без поощрения своих успехов рано или поздно возникнет чувство “зачем всё это?”.

Чувство, что всё идёт как надо, должно быть в голове и в кошельке.

Поэтому в сервисе есть Магазин маркетинговых акций - проекты от партнеров, в которых пользователи сервиса получают эксклюзивную выгоду: начиная скидками и заканчивая розыгрышами путешествия на двоих.

Зарегистрироваться на сайте **проавтобизнес.рф**

<http://automediapro.ru/partners/>

Не упустите из виду

На многих СТО при проверке состояния тормозной системы, к сожалению, довольно часто упускают из виду тормозную жидкость, целиком и полностью фокусируясь на тормозных колодках и дисках, суппорте, рабочих цилиндрах и т. д., хотя качество тормозной жидкости оказывает непосредственное влияние на работу системы в целом и эффективность торможения. В данной статье мы собираемся компенсировать это упущение и рассказать читателям о наиболее важных аспектах, связанных с тормозной жидкостью.



Клиент с жалобой на тормозную систему – явление на СТО довольно распространенное. После ряда стандартных вопросов и визуального осмотра выносится вердикт, тоже чаще всего стандартный, – замена. Меняются тормозные колодки, возможно, вместе с дисками. Если подклинивают суппорта, предлагают поменять его, либо в сборе, либо отдельные компоненты (посредством ремкомплекта), вероятно – рабочие цилиндры. И вроде бы проблема решена, машина вновь начинает уверенно тормозить,

но в некоторых случаях, спустя непродолжительное время, эффективность торможения существенно снижается, хотя никаких видимых причин для этого нет. В чем же дело? Дело в основе, в жидкости, которая заставляет работать всю систему – в тормозной жидкости.

Итак, что же такое тормозная жидкость. **Михаил Маркин, бренд-менеджер, Bardahl:**

— Тормозная жидкость – это разновидность гидравлической жидкости, применяемой в гидравлических тормозных

системах и гидравлических сцеплениях в автомобилях, мотоциклах, легких грузовиках и т. д. Тормозная жидкость используется для передачи силы в давление и для увеличения силы торможения. Поэтому она является важным элементом тормозной системы, а также системы сцепления автомобиля.

Соответственно, от правильной работы тормозной жидкости зависит бесперебойная работа всей тормозной системы и системы сцепления автомобиля. А следовательно, и безопасность самого автомобиля.

Тормозные жидкости, как известно, бывают разные. Их классификация отталкивается от температуры кипения жидкости и ее кинематической вязкости по нормам DOT (Department of Transportation), изначально принятым Министерством транспорта США. Позднее появились международные стандарты и нормативные документы, среди которых SAE J 1703, ISO 4925, FMVSS 116. Самостоятельные нормативные документы существуют и в отдельных странах, однако глобально принято опираться на классификацию DOT.

Важный параметр, как уже было отмечено, кинематическая вязкость, отвечающая за способность жидкости циркулировать в магистрали тормозной системы при отрицательных рабочих температурах (до минус 40 градусов Цельсия).

Температура кипения в свою очередь декларирует пиковый порог нагревания, после которого тормозная жидкость начинает закипать, что приводит к образованию паров и как следствие критичному снижению (вплоть до потери) функциональности тормозной системы. В этом контексте обычно учитывается температура кипения «сухой» (без примесей воды) и «увлажненной» жидкости. Объемная доля воды в «увлажненной» тормозной жидкости составляет 3,7%, что соответствует примерно двум годам нормальной эксплуатации. Кстати, тормозная жидкость, в которой накопилось 8 и более процентов воды, кипит уже как обычная вода, при 100 градусах Цельсия.

Современная классификация выглядит следующим образом:

DOT 1 и DOT 2 – устаревший тип тормозной жидкости. В настоящее время не применяется.

DOT 3 – тормозная жидкость на основе гликоля, агрессивная по отношению к лакокрасочным покрытиям и резине, обладающая высоким уровнем гигроскопичности. Применяется при обычных условиях эксплуатации в автомобилях с тормозами барабанного или дискового типа. «Пороговые» температуры: 205 градусов – для «сухой» жидкости и 140 градусов – для «увлажненной».



DOT 4 – это жидкости на гликолевой основе, которые разъедают краску, но не оказывают негативного воздействия на резину; они обладают меньшей гигроскопичностью. Применяются на автотранспорте с дисковыми тормозами. Температура кипения уже выше: 230 градусов – для «сухой» жидкости и 155 градусов – для «увлажненной».

DOT 5 – в настоящее время имеет наибольшее распространение тормозная жидкость, в которой в качестве основы используется силикон с пакетом присадок, благодаря чему она практически не впитывает воду, безопасна для лакокрасочных покрытий и резиновых деталей, закипает при температуре не ниже 250 градусов Цельсия «сухая» и 180 градусов «увлажненная».

DOT 5.1 – тормозная жидкость снова на гликолевой основе со сравнительно высоким уровнем гигроскопичности, агрессивная по отношению к лакокрасочным покрытиям, но безопасная для резиновых деталей, закипающая при температуре 275 градусов по Цельсию, если в ней нет воды.

Денис Двали, технический специалист компании TMD Friction (бренды Textar, Mintex):

— Тормозные жидкости класса DOT 3 можно считать довольно устаревшими, применяются для автомобилей более ранних годов выпуска. Они рассчитаны на эксплуатацию в ненагруженных тормозных системах. DOT 4 – довольно

универсальные тормозные жидкости с улучшенными эксплуатационными характеристиками, они подходят для большинства современных автомобилей с дисковыми тормозами. А для автомобилей с ABS часто применяются тормозные жидкости стандарта DOT 4 Class 6.

Тормозные жидкости класса DOT 5.1 (это модифицированный DOT 4 – с более высокой точкой кипения) используются на автомобилях с повышенными динамическими характеристиками, где тепловые нагрузки на тормоза значительно выше – например, на спортивных автомобилях для города.

Что касается тормозных жидкостей класса DOT 5, то, благодаря силиконовой основе, эти жидкости отличаются низкой гигроскопичностью – они не поглощают влагу и не смешиваются с ней. Используют DOT 5, в основном, на автомобилях, которые эксплуатируются в условиях повышенной влажности и в тяжелых режимах – с частыми разгонами и интенсивными торможениями, сопровождаемыми повышенными динамическими и температурными нагрузками в тормозной системе.

Использование менее эффективной DOT 3 в системах, рассчитанных на DOT 4 или DOT 5.1, в определенных режимах движения может привести к потере торможения.

Кинематическая вязкость всех типов жидкостей при температуре +100 градусов составляет не более 1,5 кв. мм/с., а при -40 – различается. Для

DOT-3 это значение должно составлять не более 1500 кв. мм/с, для DOT 4 – не менее 1800 кв. мм/с, для DOT 5 и DOT 5.1 – не менее 900 кв. мм/с.

Денис Двали, технический специалист компании TMD Friction (бренды Textar, Mintex):

— Жидкости классов DOT 3, DOT 4 и DOT 5.1 представляют собой смеси гликолей (NSBF) с добавлением тех или иных присадок, стабилизирующих рабочие параметры. DOT 5 изготавливается на основе силикона (SBBF).

Тормозные жидкости Textar DOT 4LV и DOT 5.1 специально разработаны для применения в современных тормозных системах с ABS, ESP или ASR, обеспечивающих повышенную безопасность. Эти тормозные жидкости отличаются высокой текучестью и обеспечивают быстрое изменение (нарастание и снижение) давления в соответствии с быстро меняющимися условиями движения автомобиля. По сравнению с DOT 4LV, тормозная жидкость Textar DOT 5.1 характеризуется более высокой температурой кипения, что особенно востребовано при эксплуатации тяжелых машин с мощными моторами. Тормозная жидкость с низкой вязкостью значительно улучшает реакцию на нажатие педали тормоза, особенно при низкой температуре – ведь при торможении в критической ситуации на счету каждая доля секунды.

Тормозная жидкость Textar отвечает всем упомянутым требованиям. Ассортимент включает четыре вида тормозных жидкостей для различных тормозных систем – DOT 3, DOT 4, DOT 4 LV, DOT 5.

То, что тормозную жидкость нужно менять регулярно, знают, пожалуй, все мастера. Диапазон замены указывается в сервисной книжке автомобиля и, как правило, составляет от 2 до 4 лет. Однако ждать истечения срока службы тормозной жидкости на новых автомобилях, далеко не всегда уместно. Особенно эксплуатируемых в сложных условиях, поскольку потерять свои свойства и прийти в негодность она может гораздо раньше. Поэтому проверять ее состояние необходимо как минимум при каждом техническом обслуживании транспортного средства (не реже одного раза в год) и даже чаще. Михаил Маркин, например, рекомендует каждые 40 000 – 50 000 км пробега.

Причина преждевременного ухудшения характеристик тормозной жидкости кроется главным образом в ее гигроскопичности. Дело в том, что тормозная система лишь на первый взгляд кажется полностью герметичной. Атмосферный воздух, а вместе с ним и влага попадают в нее разными путями: через компенсационный бачок, через изношенные уплотнения и сальники, различные не плотно-



сти. А каждый лишний процент влаги неизбежно влечет снижение ключевого параметра. К тому же влага становится источником коррозии, при отрицательных температурах она замерзает и т. д. – все это, как вы прекрасно понимаете, «здоровья» тормозной системе не прибавляет.

Денис Двали:

— Тормозная жидкость чрезвычайно гигроскопична, она довольно активно вбирает влагу из окружающей атмосферы. Когда в тормозной жидкости накапливается слишком много воды, происходит значительное снижение равновесной температуры кипения – этот термин определяет ее свойства в конце жизненного цикла, когда содержание воды в тормозной жидкости достигает более 3,5%. Это может привести к появлению в тормозной жидкости паровых пробок, когда она вскипит из-за активной работы тормозных механизмов, в результате теряется жесткая связь между педалью тормоза и тормозными колодками – «тормоза пропадают». При эксплуатации машины в условиях российского климата критический избыток влаги в тормозной жидкости накапливается уже за два года эксплуатации. Это и есть максимально допустимый период контрольных замеров состояния тормозной жидкости, если иного не указано в руководстве по эксплуатации конкретной машины.

Михаил Маркин:

— Использование некачественной тормозной жидкости в автомобиле может привести к негативным последст-

виям. С течением времени ее свойства ухудшаются из-за гигроскопичности – способности впитывать водяные пары, содержащиеся в окружающем воздухе. В результате понижается температура кипения тормозной жидкости, образуются воздушные пузыри, что приводит к выбросу тормозной жидкости в расширительный бачок, а как результат – низкий уровень, который не позволит создать требуемого давления при резком торможении, и как следствие, возможен провал педали тормоза!

Еще немаловажным предлогом для замены тормозной жидкости является утрата со временем свойств различными присадками, которые входят в состав тормозной жидкости, что также негативно сказывается на ее работе.

Проверить состояние тормозной жидкости можно тремя способами.

Михаил Маркин:

— Во-первых, визуально. Открутите крышку расширительной емкости и внимательно посмотрите на содержимое. Цвет должен соответствовать залитому типу жидкости (прозрачно-желтый либо красноватый). Если заметили мутный осадок или плавающие черные частицы, тормозную жидкость нужно сменить. Во-вторых, с помощью специальных тестовых полосок. В-третьих, специальным электронным прибором – тестером.

Денис Двали поясняет:

— Состояние тормозной жидкости определяется специальным тестером, датчик которого погружают в бачок с тормозной жидкостью. В основном

такие тестеры работают по принципу определения температуры кипения жидкости, либо показывая непосредственно измеренную температуру, либо автоматически пересчитывая получаемые результаты в проценты содержания в ней воды. Обнаружение более 3,5% воды в тормозной жидкости – веское основание для срочной ее замены.

Помимо этого, основанием для замены может быть ремонт тормозных механизмов и долгий период простоя транспортного средства. Желательно менять тормозную жидкость и при покупке автомобиля с пробегом – подобная рекомендация клиенту со стороны механика СТО никогда не будет лишней и предостережет автовладельца от непредвиденных проблем.

К сожалению, бытует ошибочное мнение, что жидкость не обязательно менять полностью, достаточно лишь регулярно доливать ее до регламентированного уровня.

Это в корне неверно!

Тормозную жидкость всегда нужно менять полностью. Долив никогда не обеспечит восстановление требуемых характеристик.

Кстати, утечки тормозной жидкости – еще один принципиально важный аспект. Если автовладелец жалуется на низкую эффективность, это может быть обусловлено разгерметизацией системы. В этом случае механику стоит первым делом проверить ее на наличие течи. Проще всего наличие утечки определить по уровню жидкости в бачке. Если он активно снижается – почти наверняка присутствует течь.

Как свидетельствуют эксперты, в 80 % случаев обнаружить ее удастся при визуальном осмотре. Проверять систему на утечку лучше под давлением. Для этого нужно попросить ассистента нажать на педаль тормоза. Утечку помогут увидеть специальные очки и ультрафиолетовая лампа, в свете которой места утечки при наблюдении через очки будут окрашиваться цветом. Если же течь при визуальном осмотре не будет обнаружена, нужно убедиться в отсутствии скрытой течи во внутреннюю полость вакуумного усилителя.

Всегда используйте только ту тормозную жидкость, которую рекомендует производитель вашего автомобиля.

Михаил Маркин:

— Какую тормозную жидкость нужно применять в автомобиле, решает его изготовитель. Тормозная система автомобиля (в том числе резинотехнические и конструкционные материалы) разрабатывается под определенный тип тормозных жидкостей. Каждый автомобиль сделан из своих материалов, и разные тормозные жидкости могут на них по-разному воздействовать. Главное пра-



вило применения тормозной жидкости – это следовать рекомендациям прилагаемой к автомобилю инструкции.

Тормозные жидкости с разными основами несовместимы друг с другом, они расслаиваются, иногда появляется осадок. Параметры этой смеси будут ниже, чем у любой из исходных жидкостей, причем влияние ее на резиновые детали непредсказуемо. Основу тормозной жидкости изготовитель, как правило, указывает на упаковке. Жидкости на гликолевой основе: DOT 3, DOT 4 и DOT 5.1, можно смешивать в любых пропорциях. Жидкости класса DOT 5 основаны на силиконе и несовместимы с другими. Поэтому по требованиям стандарта FM VSS 116 их нужно окрашивать в темно-красный цвет. Остальные тормозные жидкости, как правило, желтые (оттенки от светло-желтого до светло-коричневого). Следует помнить, что смешивать жидкости разных классов и производителей не рекомендуется, так как возможно изменение их свойств. Запрещено смешивать гликолевые жидкости с касторовыми.

Ну, и в заключение традиционные основные рекомендации экспертов сотрудникам автосервисных станций касательно применения и замены тормозных жидкостей. Их озвучивает Михаил Маркин.

• Необходимо периодически проверять уровень тормозной жидкости в

расширительном бачке, а также своевременно производить ее замену

- Интервал замены жидкости указан в сервисной книжке автомобиля
- Применять только качественные тормозные жидкости известных производителей, по спецификации, одобренной автопроизводителем
- Самостоятельно проверять качество тормозной жидкости. Жидкость должна быть прозрачной, однородной и без осадка
- Тормозную жидкость нужно менять полностью
- Не допускается смешивать тормозные жидкости на разной основе
- Рекомендуется использовать тормозную жидкость сразу после вскрытия

Остается только еще раз повторить: применение качественной тормозной жидкости и ее своевременная замена – залог безопасности дорожного движения. Некачественная тормозная жидкость быстрее положенного теряет свои свойства либо изначально не соответствует требованиям, предъявляемым к ней автопроизводителем. В некоторых случаях она может оказывать агрессивное воздействие на элементы тормозной системы, выводя их из строя. Результатом может стать недостаточная эффективность торможения или неожиданная поломка системы. ■

Рынок автомобилей с пробегом завелся не на шутку



Оценить потенциал рынка подержанных автомобилей страны, его перспективы, пути его совершенствования смогли участники конференции «Used Car 2019». Однако не все вопросы этого сложного сегмента оказались в их поле зрения. Фактически в РФ существует два географически автономных блока продаж б/ушных автомобилей. Об этом наш материал.

Рынок автомобилей с пробегом имеет достаточно сложную структуру из-за чрезвычайного разнообразия и мозаичности. Для его полной оценки не подойдут общие для всей страны данные и информация. Он сегментирован и географически разделен. Отчасти, разобраться в этом феномене нам помогут материалы конференции «Used Car 2019», организатором которой выступило аналитическое агентство «Автостат». Но для более полной и объективной картины рынка автомобилей с пробегом этого недостаточно.

Кто растет в кризис?

Сегодня на авторынке в сегменте автомобилей с пробегом наблюдается рост. Так, по данным, приведенным на

конференции специалистами АА «Автостат», объем рынка в первом квартале текущего года составил 1 млн 14 тыс. штук, показав рост в 5% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

Но если рассматривать более длительный тренд, например, за прошедшие шесть лет, то можно сделать следующие выводы. В «тучные» годы начала текущего десятилетия этот сегмент автомобильного рынка имел высокие показатели (диаграмма 2).

В 2013 году, перед кризисом, в стране было продано 5,75 млн автомобилей с пробегом, в следующем 2014 году продажи достигли пика десятилетия – 6,1 млн автомобилей. Но в 2015 году, когда случился обвал в экономике и, как следствие, девальвация национальной валюты и падение доходов населения,

данный сегмент отечественного авторынка показал результат в 4,9 млн автомобилей. Причем, падение рынка автомобилей с пробегом оказалось не столь сильным, как на рынке новых автомобилей, где было зафиксировано двукратное снижение объемов продаж.

Таким образом, рынок автомобилей с пробегом компенсировал резкое ухудшение ситуации с продажами новых машин. А со следующего года продажи б/у автомобилей начали медленный рост, продолжающийся до сих пор. В то же самое время начавшийся рост на рынке новых автомобилей составил в 2017 году около 16%, а в 2018 порядка 13%. Примечательно, что регистрации б/у автомобилей в условиях роста рынка новых машин не только не остались на уровне прошлых лет, но также росли. Это свидетельствует о том, что потенциал рынка автомобилей с пробегом в условиях кризисной ситуации в нашей стране огромен.

Анализ ситуации подтвердил справедливость рыночных законов. Во время кризиса, по причине снижения доходов, покупатели стараются перейти в сегмент автомобилей с пробегом, но как только на рынке наметились первые признаки выздоровления, покупатель вновь возвращается в автосалоны официальных дилеров. Но это было бы слишком упрощенное видение. Покупатель сильно неоднороден, и однозначными определениями нельзя обобщить его поведение во время кризиса. Почему даже при росте рынка новых автомобилей растут продажи автомобилей с пробегом?

Где любят с пробегом?

Самые низкие значения соотношения между объемами рынка новых и поддержанных автомобилей приходилось на период 2011-2013 гг. Тогда данное соотношение составляло 1 новый автомобиль на 2,3 с пробегом. Но кризис на авторынке внес свои изменения в данное соотношение. В 2016 году данное соотношение составило один к четырем. Сегодня оно снизилось до 1 новый к 3,3 с пробегом.

Это цифры, которые характеризуют общую картину по стране. Но они не отражают региональной специфики.

ДИАГРАММА 1. ВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА РЫНКА РФ АВТОМОБИЛЕЙ С ПРОБЕГОМ В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2019 Г



Если в регионах Европейской части страны соотношение между новыми и поддержанными автомобилями составляет 2 и более, то в зауральских регионах аналогичные цифры уже намного выше. Так, в Казани за первый квартал текущего года на один проданный новый автомобиль из автосалона приходится два поддержанных. В типичном зауральском регионе - Новосибирской области в первом квартале текущего года на 2,56 тыс. новых автомобилей из автосалонов пришлось 27,5 тыс. проданных автомобилей с пробегом, то есть на один новый почти одиннадцать б/у автомобилей. И это не единственное региональное различие.

Также к особенностям рынка автомобилей с пробегом относятся такие характеристики. Здесь перепродаются не только бюджетные автомобили, но и премиальные марки. На массовый сегмент приходится 90,2% этого рынка. В абсолютных цифрах это означает, что за первый квартал текущего года из рук в руки реализовано 1 млн 26 тыс. поддержанных автомобилей масс-маркет. В то же самое время автомобилей с пробегом премиальных марок реализовано 110,3 тыс. единиц (9,2%).

Срез отечественного рынка автомобилей с пробегом показывает, что он у нас достаточно архаичен (диаграмма 1).

На автомобили возрастом до 5 лет приходится всего 11% от общего объема регистраций. Автомобили с пробегом в возрасте от 5 до 10 лет составляют 33%. В свою очередь, на «возрастные», старше 10 лет, приходится более 56% рынка. То есть наиболее ходовые автомобили, проданные из рук в руки, это «старички».

Одновременно аналитики видят и другие негативные тенденции на рынке автомобилей с пробегом, в том числе увеличение срока владения автомобилями. Так, по расчетам АА «Автостат», средние сроки владения новым автомобилем до первой перепродажи увеличились и составили 4,8 года. В тучные годы прошлого десятилетия (2008 год) средний срок владения до первой перепродажи составлял всего 3 года. Сегодня наиболее активно перепродаются первыми владельцами машины возраста 4-6 лет. Учитывая падение продаж новых автомобилей в кризисные годы, автомобилей в возрасте до 5 лет в региональных автопарках становится все меньше. Наоборот, автомобили, которые были куплены в рекордные для российского авторынка годы (это периоды 2011-2013 гг и 2007-2008 гг), достаточно велико и они составляют потенциал дальнейших перепродаж на вторичном рынке. Количество таких автомобилей оценивается в отечественном автопарке примерно в 12-13 млн, соответственно, они составляют более 30% парка, поэтому они будут определять «лицо» рынка автомобилей с пробегом. Но это будет характерно не для всех регионов страны

Праворульная карта страны

На востоке рынок автомобилей с пробегом сильно отличается от Европейской части РФ. Интересная картина

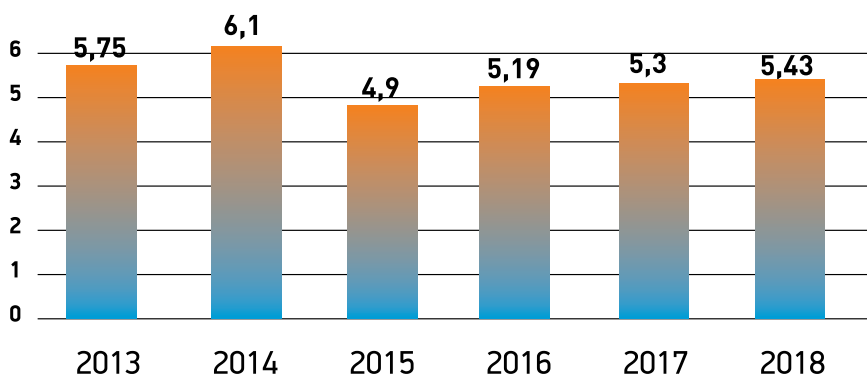












ДИАГРАММА 2. РЫНОК В РФ АВТОМОБИЛЕЙ С ПРОБЕГОМ В 2013-2018 ГГ, МЛН ШТ.

Марка	1 кв. 2019	Изменение к АППГ, %
	40 160	2,4
	27 290	0,7
	15 065	9,5
	10 875	4,9
	5 890	7,3
	5 660	9,4
	5 585	19,0
	4 375	7,6
	3 795	17,7
	3 385	3,4
Всего	154 924	5,6
По данным АА «Автостат»		

складывается на рынке в сегменте праворульных поддержанных автомобилей.

Общая картина по праворульным выглядит следующим образом. При общем объеме рынка поддержанных автомобилей в РФ 1 млн 137 тыс. на сегмент праворульных приходится 131,8 тыс. авто. Таким образом, их доля составила 12%. Понятно, что наибольшее число перепроданных автомобилей пришлось на азиатскую часть страны.

Согласно данным АА «Автостат», расклад праворульного сегмента выглядит следующим образом. 12% - это чистый импорт из Японии (22 591 ед.). Практически весь объем импорта имеет пробег по Японии, новых автомобилей с правым рулем ввозятся единицы.

Оставшиеся 88% рынка правого руля - это смена владельца, то есть условно «вторичка». Причем в эту «вторичку» включены автомобили, которые перепроданы и обрели второго, третьего, четвертого владельца.

В целом около 54% праворульного сегмента приходится на автомобили марки Toyota (100,2 тыс. авто). Около 17% составили праворульные Nissan (31 тыс.). Порядка 12,5% приходится на Honda (23,2 тыс. штук). Также в пятерку машин с неправильным рулем входят Mazda и Mitsubishi.

Интересен также расклад по моделям. Самым популярным праворульным автомобилем страны уже много лет подряд остается Toyota Corolla, которая в рассматриваемый период реализована количестве 11,6 тыс. единиц, или 9% от всех продаж праворульных.

В целом, из 10 самых популярных моделей 8 принадлежит данной марке.

На втором месте рейтинговой таблицы компактен Honda Fit (4,5 тыс. ед.). Третью строку заняла Toyota Mark (3,9 тыс.), на четвертом - Toyota Corona (3,5 тыс.). В первую пятерку вошла также Toyota Vitz (3,4 тыс.), в европейской части страны известная как Toyota Yaris. Во второй пятерке оказались следующие праворульные автомобили - Toyota Carina, Toyota Caldina, Mazda Demio, Toyota Prius и Toyota Camry.

Дальний автономный округ

Самые высокие показатели оборота праворульных японских автомобилей на территории страны в Дальневосточном федеральном округе. Здесь уместен вопрос: будет ли закрыт ввоз таких автомобилей в страну? Впрочем, решение данного вопроса уже переходит в политическую плоскость, поскольку регионы ДВФО - лидеры протестной активности.

Правительство в решении данного вопроса часто идет на уступки и не желает раскачивать ситуацию. В ноябре прошлого года премьер-министр РФ Дмитрий Медведев утвердил для жителей Дальнего Востока временный порядок ввоза в Россию поддержанных автомобилей с правым расположением руля. Согласно этому решению, жителям ДВФО с 27 ноября 2018 года разрешено ввезти по одному такому автомобилю в год, не оснащая его системой «Эра-ГЛОНАСС». Это правительственное решение вызвало настоящий импортный бум. Так, по данным Владивостокской таможни, с начала года до 27 мая было оформлено 26 665 японских автомобилей, это вдвое превышает объем ввезенных автомобилей за аналогичный период прошлого года.

Такой локальный «взрыв» импорта вызван еще одним фактором. С 1 июля 2019 года должен был вступить в действие ГОСТ 33670-2015, регламентирующий методы экспертизы и сертификационных испытаний единичных транспортных средств. То есть тех автомобилей, которые ввозятся в Россию и другие страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС) частным образом. Прежде всего, это относится к японским автомобилям с правым расположением руля.

По информации, полученной в Минпромторге РФ, срок введения новых правил сертификации «единичных» автомобилей пока решили перенести как минимум на год, в значительной степени из-за неготовности соответствующей сертификационной инфраструктуры на Дальнем Востоке РФ.

Как известно, 1 июля с.г. должны были измениться требования к сертификационным лабораториям, им надлежит иметь специально оборудованные площадки и разгонные полосы. На сегодняшний день всем требованиям ГОСТа на Дальнем Востоке соответствует только одна лаборатория. Потребность в такого рода услугах многократно выше, учитывая объемы импорта из Страны восходящего солнца.

Неготовность инфраструктуры может вызвать значительное подорожание услуги по оформлению Свидетельства о безопасности колесного транспортного средства (СБКТС). Поэтому на совещании, проведенном в конце мая с представителями ЕАЭС, Минпромторга РФ, НАМИ и других профильных ведомств, было принято решение о переносе срока введения новых правил выдачи СБКТС, как минимум, до середины 2020 года. Причем, что характерно, инициатором отсрочки выступила именно российская сторона, другие члены Евразийской экономической комиссии предложение поддержали. Российская сторона руководствовалась положением дел на Дальнем Востоке.

Таким образом, импорт праворульных автомобилей является солидным источником пополнения рынка поддержанных автомобилей. Пересадить жителей Дальнего Востока на леворульный транспорт, увы, пока не удастся.

Рынок новых леворульных автомобилей в регионах Дальнего Востока очень мал - число продаваемых новых машин менее 5% от общих регистраций. Остальное - праворульный транспорт разного возраста, как только что доставленный из Японии, так и перепродаваемый с пробегом по РФ.

Также отметим, что новое сборочное предприятие Sollers-Mazda во Владивостоке не привело к существенному изменению на автомобильном рынке региона. А недавнее решение правительства о том, что в рамках реформы господдержки промышленности Минпромторг отменяет с 2020 года субсидии на перевозку автомобилей, выпускае-

мых на Дальнем Востоке, вообще ставит под сомнение саму судьбу проекта. Напомним, что субсидия объемом 500 млн руб. помогла существенно снизить транспортные расходы.

Дрейфующая Сибирь

Примечательно, что, по данным АА «Автостат», по итогам первого квартала текущего года, в Сибирском федеральном округе лидирующей маркой рынка автомобилей с пробегом стала Toyota. На этот японский бренд приходилось более 25% рынка. Лишь на втором месте отечественные б/у Lada с долей 17,6%. Это наглядно показывает ситуацию на региональном авторынке, где пока преобладают праворульные машины. Среди бестселлеров японской марки неизменным лидером остается модель Toyota Corolla. Невероятно, но только одна эта популярная модель берет 5% рынка подержанных машин за Уралом.

Отдел аналитики нашего издания в течение более десяти лет измеряет марочный и модельный состав рынка подержанных автомобилей. И отмечает, что, в отличие от Дальневосточного, рынок автомобилей с пробегом в СибФО постепенно трансформируется. Наблюдается тренд на большую представленность иномарок, произведенных на территории РФ.



Такие бренды как Hyundai, Chevrolet, Kia, Ford сегодня уже находятся во второй пятёрке рейтинга популярных автомобилей с пробегом. Они уже сумели потеснить такие японские бренды как Lexus, Subaru, Suzuki, Daihatsu, ранее присутствовавшие в ТОП-10 СибФО (табл.1).

Причем, прирост продаж б/у автомобилей двух корейских марок характеризуется двузначными цифрами. Соответственно, при таком тренде и высоком приросте продаж б/у корейских автомобилей они вскоре потеснят позиции Mazda и Mitsubishi.

В модельном раскладе сибирского рейтинга ТОП-10 появились такие авто-

мобили, как Hyundai Solaris, Ford Focus. Они вытеснили Toyota Corona, Honda Fit, Toyota Mark, которые еще несколько лет назад имели прочные позиции.

Таким образом, авторынок подержанных автомобилей в этом федеральном округе постепенно эволюционирует в сторону иномарок российского производства. Однако «праворульный» фактор еще долго будет существенным образом влиять на данный сегмент рынка в СФО. ■

ДЕТАЛИ ПОДВЕСКИ

Тормозные колодки

Тормозные системы

Тормозные диски

Детали подвески

Подшипники и ступицы

Фильтры

Ремкомплекты и прокладки

Сальники и колпачки

Амортизаторы и стойки

АВТО ОПТИМА

прямые поставки от производителей

г. Новосибирск, ул. 2-й Воинский проезд, 42/2, к1, тел. +7(383) 256-00-88, 262-50-08

ОТДЕЛ ПРОДАЖ: +7(383) 213-89-89

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

www.autooptima.ru

optimatorg1@gmail.com

РЕМНИ

СВЕЧИ ЗАЖИГАНИЯ

ГОФРЫ

ПРУЖИНЫ

РАДИАТОРЫ

ПОМПЫ И ТЕРМОСТАТЫ

ПРОСТАВКИ И ПЫЛЬНИКИ

SSP KYB

DECOO

РЕМНИ

СВЕЧИ ЗАЖИГАНИЯ

NGK

ГОФРЫ

АТИНО

ПРУЖИНЫ

N.B.K.

РАДИАТОРЫ

SAKURA

ПОМПЫ И ТЕРМОСТАТЫ

NPW TAMA

ПРОСТАВКИ И ПЫЛЬНИКИ

ФОРСАК

LAUNCH продолжает расти

МЫ УЖЕ ПРИВЫКЛИ К ТОМУ, ЧТО КОМПАНИЯ LAUNCH КАЖДЫЙ ГОД ПРОВОДИТ СОБРАНИЕ СВОИХ ЗАРУБЕЖНЫХ ДИЛЕРОВ. НЕ СТАЛ ИСКЛЮЧЕНИЕМ И ЭТОТ ГОД: 28-30 МАЯ БОЛЕЕ 100 ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ИЗ МНОГИХ СТРАН ВПЕРВЫЕ ВСТРЕТИЛИСЬ В СИАНЕ В РАМКАХ 23-ГО ПО СЧЕТУ ФОРУМА, ЧТОБЫ УВИДЕТЬ ПОСЛЕДНИЕ НОВИНКИ ПОД БРЕНДОМ LAUNCH.



👤 ПО ИТОГАМ ПРОШЛОГО ГОДА LAUNCH ОТМЕТИЛ 2 ЛУЧШИЕ КОМПАНИИ ИЗ РОССИИ - BRAINSTORM И ТЕХНОЛОГИИ АВТОСЕРВИСА.



Думаю, что многие из гостей были удивлены выбором организаторов, поскольку даже добраться сюда оказалось делом не из легких. Но дорожные трудности отнюдь не смущали приехавших, и их ожидания полностью оправдались. Конечно, в первую очередь дилеры ехали на встречу обсуждать вопросы бизнеса, но и упустить редкую возможность познакомиться с древней историей Китая тоже не могли. Ведь организаторы заявили специальную программу посе-

щения археологического музея императорской терракотовой армии.

Традиционно первый день открыл CEO г-н Чарльз Лиу, затем директор по зарубежным продажам г-н Алан Сюй рассказал о состоянии дел в 2018 г. Компания снова показала общий рост, при этом зарубежный рынок не снижает темпов уже шестой год. В частности, рынок СНГ вырос по сравнению с 2017 г. как по количеству проданного оборудования для диагностики, так и по тяжёлому оборудованию.

Все это не может не радовать, однако LAUNCH не собирается почитать на лаврах. У Компании большие планы на будущее, появились новые линейки продукции, обновляется модельный ряд сканеров, совершенствуются технологии.



Итак, перейдем к главному. Что же увидели дилеры во второй и третий день на демонстрационной площадке? Во-первых, это бесконтактный стенд развал-схождения X-931.

Компания, наконец, довела изделие до первичной кондиции, однако коммерческую версию ПО обещает только через 2 месяца. По сравнению с прошлым годом и даже недавней выставкой в Болонье представленный образец уже имеет все признаки качественного измерительного оборудования. Будем надеяться, что к Интеравто мы получим полноценный стенд. По технической части отметим такие недостатки, как ручная установка измерительных блоков и пока невысокая точность.



Второй интересный экземпляр - это система калибровки датчиков ADAS.

Пусть многим она и не кажется пока актуальной, но с точки зрения логики развития автопрома LAUNCH продолжает эту тему, представив значительно усовершенствованную, по сравнению с прошлым годом, практически новую модель. Качество исполнения и сами конструктивные решения не вызывают нареканий, остаются вопросы по дружелюбности и локализации ПО. Удивляет также отсутствие, казалось бы, логичного автоотслеживания высоты подъема измерительной балки. Но в целом система ADAS у Launch получается вполне конкурентной при условии оперативного наращивания программ для этого сектора.

Идем дальше. Самая, пожалуй, ожидаемая «новинка» прошлого года - установка тестирования и промывки форсунок CNC-603, которую с таким нетерпением требовали дилеры.



К сожалению, мы так и не увидели в живом воплощении идеи прошлого года - шикарной 3D модели, которую нам обещали. Опуская все перипетии со сроками выпуска первой партии, можно сказать, что задача по реновации CNC была выполнена не на 100%. Да, установка выглядит неплохо. Да, она действительно полностью выполнена из приличного ABS пластика. Колбы тоже пластиковые, сделаны моноблоком из прозрачного поликарбоната. Даже адаптеры теперь пластиковые, правда, из «3 в 1» установка тихо превратилась в «2 в 1». Не существенно, но не приятно. Появился цветной экран, русификация - это плюс. Вес 9 кг, тоже плюс. Существенный минус пока - это цена: при таком бюджетном, минималистическом решении она должна быть прилично ниже.

Поскольку данный обзор выходит по горячим следам, поэтому в заключение мы кратко перечислим те новинки, которые могут быть вам наиболее интересны. На общем фоне выделяется комбайн сканера PRO и TPMS - X-431 PRO TP, который объединяет функционал традиционного сканера и дополнительные функции работы с датчиками и системами TPMS. Есть неплохие модели видеоскопов, особенно понравилась VSP-808 с хорошим качеством картинки и приличной регулируемой подсветкой. В следующих обзорах мы обязательно познакомим вас подробнее со всеми новинками, а сейчас хотим **пригласить на наш стенд в Крокус Экспо 2-5 сентября**, где будут представлены X-931, ADAS и другие новинки от мирового лидера компании LAUNCH. ■

Братья славяне



Из всех рынков автотехобслуживания Европейского Союза польский рынок похож на российский, пожалуй, больше всего. Здесь тоже наблюдается огромная конкуренция среди СТО, довольно высок средний возраст парка, а доли самостоятельного ремонта и ремонта «купил-делегировал» все еще занимают значительную часть рыночных операций.

Польские эксперты единодушны. По их мнению, основным фактором, определяющим развитие местного рынка автотехобслуживания, является общее старение парка, обусловленное до недавнего времени неконтролируемым импортом подержанных автомобилей из стран Западной Европы. И если прежде эти автомобили отправлялись через некоторое время далее на восток, то теперь ввиду введения единых правил на территории государств Таможенного Союза, препятствующих ввозу подержанной автотехники, они надолго оседают в Польше, где становятся клиентами СТО.

Сегодня средний возраст польского автопарка, насчитывающего 13,8 млн пассажирских автомобилей (здесь

и далее по данным ZePros) и 1,7 млн коммерческих автомобилей с плотностью 44,73 авто на кв. км, составляет без малого 13 лет. Цифра для развитых стран Европы колоссальная. Она практически нигде, за исключением Греции (особая специфика), не превышает 10 лет, поскольку везде стабильно происходит обновление.

В Польше новые машины так же продаются, но их количество по сравнению с подержанными крайне мало. Судите сами. В 2015 г. в стране было продано 800 тыс. импортных б/ушек и только 350 тыс. новых машин. В период 2016 – 2018 гг. еще больше – около миллиона каждый год и лишь примерно по 400 тыс. новых. Правительство стало стимулировать реализацию новых автомобилей специальными бонусами,



но ожидаемого эффекта не последовало, и рынок продолжил старение.

К чему это привело? Сразу же стал снижаться среднегодовой пробег, причем довольно значительно: в 2018 г. он составлял 12,5 тыс. км, хотя еще годом ранее был 14 тыс. км. Конечно же, увеличился оборот независимого рынка автотехобслуживания. Опять же всего лишь за год его доля возросла с 60% до 80%. При этом число независимых СТО сохраняет тенденцию к увеличению: если в 2017 г. их было около 20 тыс., то в 2018 г. - уже 25 тыс. А это закономерное усиление конкуренции, а значит, рост проблем для участников рынка.

Описанные процессы весьма примечательны для анализа в контексте родного российского after-market. Как известно, последние пару лет на нем обозначились аналогичные тренды - старение парка вкупе с сокращением среднегодового пробега. Пока они не столь ярки, как в Польше, но, постепенно набирая оборот, могут получить достаточно серьезный характер и тогда... И тогда негативные польские реалии запросто могут перекочевать в российскую действительность.

Да, на первый взгляд, стареющий парк может показаться преимуществом - ведь «возрастные» машины чаще нуждаются в обслуживании и ремонте. Но это только на первый взгляд. В гораздо большей степени принципиальное значение здесь имеет сокращение пробега. Смотрите, что выходит. Старой машине нужно больше заботы, больше запчастей, причем более дорогих - подлежат замене не только расходники, но и сложные агрегаты и узлы.

Однако возникают другие проблемы. Такой ремонт значительно более труден. Во-первых, он требует куда более глубоких знаний и лучшей подготовки персонала, с чем сегодня в нашей стране наблюдаются определенные проблемы. Одно дело заменить фильтры, тормозные колодки, амортизаторы - и совсем другое провести диагностику систем привода, выполнить демонтаж-монтаж сцепления, определить причины сбоя в работе двигателя и т. д. То есть фокус смещается с сугубо механических, мало трудозатратных работ, выполняемых ловкими слесарями, в сторону кропотливой диагностики и всестороннего анализа неисправности. Согласитесь, для таких работ нужны профессионалы экстракласса, которые сегодня в нашей отрасли в огромном дефиците.



Ну, а во-вторых, на старой машине и банальные механические операции выполнять сложнее. Крепежные элементы «прикипают», детали корродируют, откручивание чуть ли не каждого второго болта превращается в настоящую историю с применением специальных средств и составов. При этом увеличивается риск повреждения соседних компонентов, «утомленных» усталостным износом. А если механик ненароком срывает резьбу, ломает ржавый кронштейн и т. д. - в старых машинах это происходит сплошь и рядом - трудоемкость работы возрастает многократно, но оплачивается она по стандартному тарифу, хоть и занимает больше времени и требует несравнимо больше внимания и усердия.



То есть старые машины - это однозначное мучение с точки зрения выполнения операций. Финансово они тоже не особо привлекательны. И ситуация на польском рынке это точно подтверждает: оборот рынка автотехобслуживания в целом, также как и рынка автозапчастей, последние несколько лет остается стабильным - в районе 4 млрд евро и 1,5 млрд евро, соответственно. Более того, средние расходы автовладельцев на содержание своих

транспортных средств тоже не увеличиваются, находясь на уровне примерно 300 евро в год.

Для сравнения, в России, - это 269 евро. В Западной Европе, где ценообразование более похоже на польское и потому сравнение с которой более адекватно, минимум 400 евро. А в экономических флагманах, таких как Германия или Великобритания, не менее 500 евро. Иными словами, работы становится больше, а вот денег она приносит по-прежнему столько же.

Почему? Да потому что старая машина хоть и требует больше внимания, но тратиться на нее никто не желает. Владельцы отдают предпочтение недорогим деталям, более дешевым СТО. Собственно, и прирост-то автосервисных мощностей в Польше имеет место исключительно в сегменте независимых станций. Дилерских предприятий как было чуть более 1500, так и остается все это время. А количество НСТО выросло только за один год на 25%! Это очень много.

Нетрудно догадаться, чем обусловлен этот рост и что он влечет. Как грибы после дождя плодятся бюджетные, ближе к low-cost мастерские, выживающие за счет низкой цены и тотального демпинга. Прибыли минимум, но, кое - как загрузив себя работой, место под солнцем оторвать удастся. Соответственно, они задают общий тон, и на них вынуждены ориентироваться более солидные станции, терять доходность и сваливаться в рецессию.

Это совершенно очевидный процесс - одно дело делить 4-миллиардный пирог на 21,5 тыс. предприятий сферы ТО и ремонта и совсем другое - на 26,5 тыс. Ну-ка посчитайте, сколько у каждого вывалилось из оборота?



Впрочем, можете и не считать. Все и так понятно. Стареющий парк и сокращающийся пробег - ничего хорошего за собой не влекут для участников рынка. Причем, не только для СТО, но и для дистрибьюторов/поставщиков/дилеров запчастей. Что в свою очередь уже второй волной бьет по независимым авторемонтникам.

На сегодняшний день в Польше 16 основных общегосударственного масштаба поставщиков автокомпонентов. Первое место среди них безоговорочно занимает Inter Cars. Далее с колоссальным отрывом идут Moto-Profil, Inter-Team, Auto Partner и проч. Но только Inter Cars до сих пор остается национальным игроком - все остальные пали жертвой иностранной интервенции и кооперации, став (раньше или позже) частью международных структур, полностью войдя в их состав.

Среди самых свежих, как принято говорить, «слияний и поглощений» - приобретение международной группой Rhiag, принадлежащей монструозному LKQ (безусловный лидер в дистрибуции автозапчастей в Европе с оборотом около 2,5 млрд евро в год) польского подразделения Autodis - AD Polska (44 филиала, оборот 113 млн евро). Чуть ранее компания Hella купила ведущий польский интернет ресурс, специализирующийся на он-лайн продаже автозапчастей Iparts (150 тыс. зарегистрированных клиентов, 500 тыс. визитов в месяц). Примеры можно продолжать и дальше, но все они подтвердят лишь уже сказанное - рынок стареющего парка с сокращающимся пробегом становится уязвим, он превращается в легкую добычу, потому что подрывается его финансовая основа. Меньше прибыльность - меньше способность к развитию и, как следствие, тенденция к стагнации.

Люди просто не хотят приобретать дорогие высокомаржинальные продукты. Они ищут, что подешевле, стараясь всеми способами сэкономить. В том числе и на самом ремонте. Не случайно поэтому так успешен Inter Cars, взявший себе на вооружение

стратегию интернет ритейла и проникший чуть ли не в каждое польское домохозяйство - в Польше до сих пор, как ни на одном другом европейском рынке, высока доля интернет продаж (не только шин, но именно запчастей), а также (что логично) сегментов самостоятельного ремонта и «купил-делегировал» (автовладелец сам покупает запчасти и отдает их в автосервис для установки на свою машину).



Развитие Inter Cars происходит постоянно. Причем, в отличие от западноевропейских коллег-конкурентов, растущих за счет приобретения и включения в свой актив сторонних компаний, увеличение оборота Inter Cars происходит, если можно так выразиться, «органическим» путем. Только в 2016 г. он повысился на 25% и достиг 1,2 млрд евро. Причем рост бизнеса Inter Cars за пределами Польши (компания представлена в Словении, Румынии, Венгрии, Украине и проч., по сути, являясь международным игроком) идет куда активнее, чем на родных просторах. В прошлом году его доля достигла 40% с приростом 31% к году предыдущему.

Секрет успеха прост и хорошо нам известен - франшизная модель, позволяющая быстро расширять свою сеть, покоряя одну за другой все новые и новые точки на карте мира.

Вообще, строго говоря, Inter Cars уже давно является самой главной страшилкой для российских дистрибьюторов. Еще в далеком 2008 г. компания хотела прийти к нам, но известный кризис помешал ей осуществить свои намерения. Руководители быстро переориентировались на более близкую и менее размашистую Украину, где получили огромный опыт, быстро наладив необходимые процессы.

От экспансии на российский рынок Inter Cars не отказывается, но и не форсирует события.

Тем не менее, если набраться смелости и попытаться представить возможный сценарий развития событий при усугублении ситуации со старением парка и сокращением пробега на российском рынке, то именно Inter Cars, скорее всего, окажется в числе первых, кто придет к нам извне.

Чем это чревато для российских СТО? Тем, что они так и не начнут получать прибыль от продажи автозапчастей. Даже если сами этого очень сильно захотят и, наконец, научатся их продавать. Но продавать автокомпоненты им будет просто некому - клиенты так и останутся в интернете, самостоятельно выбирая необходимые запчасти, благо, все инструменты для этого такой мощный игрок как Inter Cars им предоставит. А дальше... а дальше количество СТО будет расти, но сладкий «пирог» емкости рынка автотехобслуживания так и останется без изменений, как в польском варианте. Только все большее и большее число желающих будет стараться от него оторвать. То есть конкурентная борьба усилится многократно, до пиковых значений, которые уже не стимулируют развитие рынка, а вынуждают вести борьбу за выживание, не брезгуя никакими методами. ■

▶▶▶ НОВИНКИ ОТ БРЕНДА TORR НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ АВТОКОМПОНЕНТОВ

Немецкая компания Carberry GmbH рада сообщить об очередном расширении ассортимента автозапчастей, выпускаемых под маркой TORR: на российском рынке в продажу поступили пневмобаллоны.

Среди новинок преобладают детали для наиболее популярных моделей автомобилей, таких как BMW X5, MERCEDES ML/GL, TOYOTA LAND CRUISER Prado, VW Touareg, AUDI Q7, PORSCHE Cayenne, а также многих других распространенных марок - перечень пневмобаллонов TORR покрывает все автомобили, которые используют пневмоамортизаторы.

Пневмобаллоны решают многие проблемы автолюбителей, например, они защищают подвеску, увеличивают грузоподъемность транспортного средства и

увеличивают клиренс. Пневмобаллоны TORR прекрасно справляются с данными задачами и улучшают управляемость автомобиля.

Пневмобаллоны под брендом TORR – это немецкое качество, сертификация в соответствии с требованиями законодательства ЕС и EAC (по системе качества ISO/TS 16949:2009), а также годовая гарантия от производителя. Среди основных конкурентных преимуществ также можно выделить постоянно обновляемый ассортимент, сбалансированную ценовую политику, а также удобную систему обратной связи от потребителей.

Все автокомпоненты разрабатываются опытными инженерами и объединяют инновационные технические решения.



При производстве деталей используются только высококачественные материалы и осуществляется контроль качества на протяжении всей технологической цепочки.

▶▶▶ УНИКАЛЬНЫЙ РЕМОНТНЫЙ КОМПЛЕКТ LUK REPSET CVT ОТ КОМПАНИИ SCHAEFFLER

В современных вариаторах крутящий момент с одного конического шкива передается на другой при помощи цепи. Предлагаемые компанией Schaeffler приводные цепи для вариатора с улучшенной конструкцией задают новые стандарты эффективности передачи крутящего момента. Благодаря модульной конструкции ремонтное решение подходит для самых разных легковых автомобилей – от компактных моделей до крупных представителей среднего класса. И теперь инновационное решение Schaeffler для ремонта вариаторов, включающее в себя как приводную цепь, так и направляющую скользящую, доступно на независимом рынке автомобильных запчастей.

Первые комплекты LuK RepSet CVT были разработаны для так называемых



мультитронных трансмиссий автомобилей производства концерна Volkswagen, а также в автомобилях марок Audi и Seat. В дальнейшем компания Schaeffler планирует расширить свой ассортимент ремонтных комплектов решениями для других автомобилей, использующих вариатор, в том числе марок Nissan и Subaru.

«По оценкам экспертов, через каких-то пять лет 30 % всех легковых автомобилей будут оснащаться вариатором. Поэтому уже сейчас все больше автопроизводителей делают ставку на приводные цепи для бесступенчатых трансмиссий производства компании Schaeffler, – говорит Рувен Даниэль (Rouven Daniel), руководитель программы систем трансмиссии подразделения Automotive Aftermarket. – В отличие от традиционных ремней, они не только способны передавать больший крутящий момент, но и работают значительно эффективнее. В настоящее время бренд LuK компании Schaeffler является единственным поставщиком подобных цепей для вариаторов. Эта история успеха началась еще в 1999 году, и сейчас она нашла свое продолжение на независимом рынке автомобильных запчастей».

▶▶▶ РОДИЛСЯ ВЕДУЩИЙ МИРОВОЙ ПОСТАВЩИК АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПЛЕКТУЮЩИХ

Холдинговая компания Calsonic Kansei Corporation (Япония) объявила о завершении анонсированного ранее приобретения европейского производителя автомобильных комплектующих Magneti Marelli S.p.A. В результате будет создан мировой ведущий независимый поставщик автокомпонентов. Вновь образованная компания будет осуществлять свою деятельность как Magneti Marelli CK Holdings Co., Ltd.

Это слияние, уже получившее все необходимые разрешения регулирующих и антимонопольных органов, объединит две компании, совокупный доход которых составляет 14,6 миллиарда евро (1825 миллиардов японских иен). Новая объединенная структура станет седьмым крупнейшим мировым независимым поставщиком автомобильных компонентов по величине совокупной выручки и будет управлять

170 производственными площадками и центрами исследований и разработок, расположенными в Европе, Японии, странах американского континента и Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Объединенную компанию возглавит Беда Болзениус (Beda Bolzenius), который в настоящее время занимает должность генерального директора Calsonic Kansei, базирующейся в Японии.

Беда Болзениус, генеральный директор Calsonic Kansei и Magneti Marelli, отметил: «Мы рады, что с сегодняшнего дня официально являемся единой компа-



нией. И я совершенно уверен в успехе и по-настоящему воодушевлен потенциалом новой объединенной компании. При этом наши отношения с FCA не перестали играть своей важной роли, поскольку мы продолжаем взаимодействовать с ними в рамках текущего многолетнего соглашения о поставках. Успешное обслуживание клиентов от лица единой компании главным образом зависит от интеграции, причем как культурной, так и функциональной. Мы намерены прилагать максимум усилий для создания диверсифицированного на глобальном уровне первоклассного поставщика автокомпонентов».

Считать всегда, считать везде

В той или иной форме и с разной степенью интенсивности маркетинговые акции используют многие СТО. Вот только далеко не все отслеживают их эффективность, часто выполняя мероприятие «для галочки» или потому что «так надо», чтобы, например, отчитаться перед поставщиком. Тем самым, фактически, они сводят потраченные силы и средства на нет.



Основные причины недостаточного внимания к оценке маркетинговых акций со стороны сервисменов известны. Ключевых две. Первая заключается в том, что акции, инициированные поставщиком, как правило, не влекут осязаемых, а чаще всего вообще никаких затрат со стороны СТО и в основной своей массе так или иначе компенсируются. Вторая связана со сложностью мониторинга результатов, из-за чего некоторые абсолютно уверены в полной бесперспективности этого занятия. Отчасти они правы – оценить эффективность маркетинговой акции трудно, а в некоторых случаях, может быть, даже и невозможно,

если заранее, еще на этапе подготовки, не заложить в нее механизм, который позволит в последствии провести мониторинг.

А ведь оценивать эффективность маркетинговой акции нужно всегда. Даже когда она привнесена извне, даже когда на первый взгляд за нее не нужно платить – речь может идти об упущенной выгоде или потеряном бездарно рабочем времени. Ведь мониторинг и оценка необходимы не только для того, чтобы по завершении акции выполнить ее анализ, который позволит понять, имеет ли смысл в будущем возвращаться к подобным способам продвижения или правиль-

нее искать какие-либо иные формы. Но и для того, чтобы суметь вовремя скорректировать акцию в процессе проведения или даже полностью ее отменить ввиду ее убыточности. То есть мониторинг должен вестись на протяжении всего периода акции, а сразу после ее окончания – провести ее оценку.

Тут же возникает закономерный вопрос – что считать? При анализе маркетинговой акции нужно отталкиваться от двух принципиальных аспектов: от целей акции и особенностей аудитории. Цели изначально следует задавать таким образом, чтобы их достижение можно было оценить по легко измеряемым параметрам. Не стоит обозначать цель акции общими возвышенными словами. К примеру, «повышение лояльности» или «улучшение качества». Это вам ничего не даст. Такие параметры в принципе невозможно посчитать. Но незначительное изменение формулировки сразу позволит вам подобрать инструменты для оценки. Вот смотрите: вместо «повышения лояльности» возьмите «привлечение постоянных клиентов», а вместо «улучшения качества» – «уменьшение числа жалоб». Чувствуете, как сразу меняется дело? Тотчас становится ясно, динамика каких параметров будет свидетельствовать о достижении результата проведенной акции.

В целом все акции с точки зрения стоящих перед ними задач могут быть разделены на несколько групп.

АКЦИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ БОНУСА

Иногда они проводятся исключительно ради получения СТО или торговой организацией бонуса со стороны поставщика. В этом случае результативность их оценивается вроде бы легко – есть бонус или его нет. Однако и тут можно копнуть глубже, по крайней мере сравнив выгоду, получаемую станцией/торговой организацией от бонуса, с теми затратами, которые ей пришлось сделать при подготовке акции, а также упущенную прибыль. Возможно, речь пойдет о несоразмерных цифрах. И тогда не исключено, что СТО/торговая организация поймет, что за лояльность пришлось заплатить слишком высокую цену.

МЕРОПРИЯТИЯ, ПОДРАЗУМЕВАЮЩИЕ НЕМЕДЛЕННУЮ ОТДАЧУ: СЕЗОННЫЕ СЕРВИСНЫЕ АКЦИИ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ПОДДЕРЖАНИЕ СПРОСА В ТРУДНЫЙ ПЕРИОД; ДИСКОНТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМЫ МОЛОДОМУ СЕРВИСНОМУ ЦЕНТРУ, ЧТОБЫ СОЗДАТЬ ПУЛ СОБСТВЕННЫХ КЛИЕНТОВ.

Такие акции оценить проще всего: доход сервиса, увеличившийся тра-



фик – они наглядно показывают результативность. Обычно оценивается не абсолютное значение этих параметров, а их изменение. Причем изучается динамика по отношению к аналогичному периоду.

Однако сложность заключается в том, что нередко возникает конфликт между оценочными параметрами. Увеличившийся трафик не обязательно ведет к росту прибыли – при дисконте вполне может идти речь и об убытках. И тут задача изначально определить, ради чего проводится акция и какой из этих параметров первичен. Только что открывшемуся сервису трафик может показаться более значимым, чем доход. А снижение прибыли не говорит о неудаче акции, если при этом база пополнится большим количеством новых клиентов. В некоторых случаях трафик может быть первостепенной целью даже и для «бывалого» сервиса. Его рост часто приводит к росту продаж.

И уже точно, снижение дохода при проведении сезонной акции вне зависимости от трафика свидетельствует о том, что нужно срочно корректировать акцию или отказаться от нее.



МЕРОПРИЯТИЯ, ПРИВЛЕКАЮЩИЕ В СЕРВИС ОПРЕДЕЛЕННЫЕ КАТЕГОРИИ КЛИЕНТОВ.

Такие акции обычно не нацелены на немедленный результат. Поэтому измерение их результативности через оценку колебаний прибыльности

или общего трафика ничего не дает. Здесь требуются более тонко настроенные механизмы, направленные на отслеживание специального трафика, связанного именно с данной целевой аудиторией.

Система CRM позволит сделать выборку по самым различным критериям: «постоянный/непостоянный клиент», «марка автомобиля», «год выпуска», «вид работ» и т. д. Сравнение этих данных с результатами за другие периоды позволит делать выводы. Если же такой системы нет, необходимо продумать способ сбора информации в ручном режиме. Причем собирать ее нужно не только в период акции, но и в промежуточные периоды, предшествовавшие ей. Сделать вывод об эффективности маркетингового мероприятия позволит лишь сравнительный анализ данных в эти периоды.

АКЦИИ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ПРОДВИЖЕНИЕ ОПРЕДЕЛЕННОГО ТИПА РАБОТ – СХОДА-РАЗВАЛА, ЗАПРАВКИ КОНДИЦИОНЕРА И ПРОЧИХ, ИЛИ НА РЕАЛИЗАЦИЮ КОНКРЕТНЫХ КОМПЛЕКТУЮЩИХ.

Сравнивать нужно обычный уровень продаж с тем, который продемонстрирован во время акции. Но не «в лоб», то есть напрямую сравнивая количественные показатели (проданные нормо-часы, детали и проч.), а исключительно финансовые. Лучше всего чистую прибыль, поскольку именно прибыль является главным мерилем деятельности коммерческого предприятия. Мы уже неоднократно писали – рост продаж в «штуках» далеко не всегда приводит к увеличению прибыльности. Если акция, что называется «рядовая», «плановая», она обязательно должна приносить прибыль.

И всегда, чтобы оценка была корректной, не забудьте учесть упущен-

ную выгоду – прибыль, которую вы получили бы при тех же объемах без акции.

С другой стороны, важно учитывать любой доход, полученный в результате обслуживания приехавших по акции новых клиентов. В том числе – полученный за счет выполнения других операций, не включенных в акцию.

А если новичек превратится в постоянного клиента, тогда весь следующий полученный от него доход можно считать заслугой акции.

Планируя очередную акцию или согласуя ее с поставщиком, старайтесь сформулировать условия акции так, чтобы она распространялась лишь на первичных клиентов.

А вот постоянных клиентов, если они не являются целью акции, всегда пишем в «минус». Это однозначно потерянная прибыль!

Почему? С постоянными клиентами все отнюдь не очевидно. Может получиться, что они приедут в сервис не по акции, а потому, что им требовался ремонт. Тогда их участие в акции смело можно записать в минус, по крайней мере, с финансовой точки зрения. Ту же самую работу клиент мог бы выполнить без дисконта, не оказавшись он в ремонтном цеху в удачное для него (и неудачное для СТО) время. Причем, если речь идет о каких-либо нетипичных для данного сезона операциях – скажем, о промывке кондиционера во время новогодних каникул, скорее всего, этим ущербом можно пренебречь. Но если акция приурочена к сезону (дисконт на замену резины в канун наступления холодов), здесь убыток может стать более чем весомым. И если его не учитывать в анализе, достоверного результата не получить. Методов, позволяющих его отследить, несколько.

Можно, например, проанализировать данные о посещаемости того же шиномонтажа постоянными клиентами в прошлый сезон и сравнить их с данными, полученными во время акции. Разница составит то число постоянных клиентов, которые были привлечены именно акцией. Соответственно, остальные – та самая группа клиентов, которые приехали бы на шиномонтаж все равно.

Получить более точную информацию о том, сколько клиентов обратились в сервис именно по акции, позволяет обычная фиксация этого факта при записи на ремонт.

Но здесь существует вероятность того, что клиент по той или иной причине не даст правдивого ответа, и погрешность будет достаточно велика. Более точную информацию может предоставить другой вариант ее фиксации, при котором в саму акцию включается дополнительное предложение. Например, ему может быть обещана дополнительная скидка, если он назовет какое-либо кодовое слово, сообщит, что он узнал об акции из такого-то рекламного носителя, или же, как ва-



риант, просто заявит о ней при оформлении документов. Впрочем, если акция имеет четкий посыл на выгоду – клиент сам озвучивает свою заинтересованность в ней при обращении к поставщику товаров и услуг.



АКЦИИ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА СОЗДАНИЕ ИМИДЖА СТО/ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ - ДЕНЬ ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ, ПРАЗДНИК ДЛЯ ДЕТЕЙ КЛИЕНТОВ И Т. Д..

Такие акции оценить сложнее всего. Отдача от подобных мероприятий слишком опосредована и неконкретна: довольные клиенты, рекомендуемые сервис своим знакомым. И нельзя абсолютно точно определить, удалось мероприятие или нет. В чистом виде эта задача не имеет решения. Остается либо попытаться взвесить долговременные изменения клиентской лояльности, либо изменить условия проведения акции – добавить в нее какой-то дополнительный элемент. Например, вручить каждому пришедшему на праздник клиенту несколько сертификатов на предъявителя, да-

ющих скидку при обращении. Потом техцентру надо будет зафиксировать обращения по этим сертификатам и подсчитать отдачу от акции. Сервис убивает двух зайцев: делает маркетинговые акции открытыми для анализа и одновременно использует скрытые резервы нетрадиционного маркетинга.

Словом, при подготовке маркетинговой акции всегда нужно прорабатывать способы оценки. Это основное условие успешного анализа акции. Другой момент: мониторингом нужно заниматься на протяжении всей акции, но при этом не делать скоропалительные выводы, если нет заметного прироста клиентов или роста прибыли. Обычно изменения начинают проявляться лишь через пару недель, и тогда надо начинать анализ.

И еще важный момент: при оценке прибыли от акции рост дохода нужно рассматривать с учетом затрат на ее проведение. Это затраты на ее организацию, рекламу, на вознаграждение сотрудников и покупку сувениров, призов, угощения и прочее. К убыткам стоит отнести затраченное время сотрудников, занятых в подготовке мероприятия, в ущерб своим обязанностям. При оценке эффективности расходная часть вычитается из дохода. И только тогда станет понятно, насколько акция оказалась выгодной в действительности. ■

MIMS automechanika MOSCOW

**80%
SOLD
OUT**

23^я Международная выставка запасных частей,
автокомпонентов, оборудования и товаров
для технического обслуживания автомобиля

26 – 29 августа 2019

ЦВК «Экспоцентр»
Москва, Россия



Забронируйте стенд на
www.mims.ru

Организатор

ITEMF
EXPO

Эволюция

Совершенно новый уровень фильтрации топлива для коммерческого транспорта

HENGST ИСПОЛЬЗОВАЛ МОДУЛЬНУЮ СИСТЕМУ ОЧИСТКИ ТОПЛИВА BLUE.MAXX КАК ОСНОВУ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВОГО РЕШЕНИЯ ДЛЯ КОМПАНИИ MAN TRUCK & BUS:

Fuel Service Center (FSC)

FSC - это пятиступенчатая система фильтрации топлива, с неизменно высокой степенью водоотделения на протяжении всего срока службы, в которой отдельные стадии фильтрации оптимально интегрированы в предварительный и основной фильтры. Особенностью этой инновационной системы является смесительный клапан. При низких температурах (во время зимней эксплуатации), горячее дизельное топливо из обратного потока топливной рампы смешивается с топливом, поступающим из бака. Такое решение предотвращает блокировку фильтрующего элемента парафиновыми кристаллами. Как итог, система обеспечивает надежную работу при переходе от летней эксплуатации к зимней, и позволяет исключить электрический нагреватель в предварительном фильтре. FSC впервые будет серийно устанавливаться на новое семейство двигателей MAN D15, объемом 9 литров, для моделей TGS и TGX.

Современные дизельные двигатели предъявляют особенно высокие требования к чистоте дизельного топлива. Различия в качестве топлива во всем мире требуют эффективной очистки с использованием современных концепций фильтрации топлива. Вот почему компания Hengst разработала Blue.maxx - инновационную систему фильтрации топлива, в которой предварительный и основной топливные фильтры больше не рассматриваются отдельно. Вместо этого они образуют хорошо скоординированную общую систему подготовки и очистки топлива, которая комбинирует отдельные компоненты для максимального удовлетворения требований заказчика. 5 ступеней фильтрации, обеспечивающие значительно более высокие показатели во всем - качестве фильтрации, отделении воды, сопротивлении потоку среды, сочетаются в этой системе с оптимальным сроком службы при одновременном сокращении установочного пространства.



СЛЕВА: ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ФИЛЬТР СИСТЕМЫ FSC С НАСОСОМ РУЧНОЙ ПОДКАЧКИ
СПРАВА: ОСНОВНОЙ ФИЛЬТР СИСТЕМЫ FSC
ДВИГАТЕЛЬ MAN D15



ОРИГИНАЛЬНАЯ СИСТЕМА BLUE.MAXX.
ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ФИЛЬТР - СЕПАРАТОР
H1451K УЖЕ ДОСТУПЕН ДЛЯ ЗАКАЗОВ!



Work smarter.

Blue.maxx – умная система
фильтрации топлива!

www.hengst.com



MAHLE



КОМПЕТЕНТНОСТЬ В КАЖДОЙ ДЕТАЛИ

Подобрать
продукцию
MAHLE:



WWW.MAHLE-AFTERMARKET.COM

BEHR  **BrainBee**  **CLEVITE**  **IZUMI**  **KNECHT
FILTER** **MAHLE**