

АВТОМОБИЛЬНАЯ № 1-2`2009 Покраска

Журнал для практиков автосервиса



Красочный мир. Вместе с PPG.

Точность подбора цвета — главный критерий оценки любой лакокрасочной системы. PPG давно и заслуженно пользуется репутацией лидера в этой области.

Над созданием новых рецептур ремонтных цветов работают сотни опытных специалистов PPG во всем мире — и это служит надежной гарантией того, что с нашей продукцией вы всегда можете быть уверены в безупречной точности подбора цвета!

За детальной информацией обращайтесь:

ППГ Индастриз Россия, 117342, Москва, Севастопольский проспект, 56А
Тел./факс: +7(495) 779-31-31, Интернет: www.ppgrefinish.com

Официальные дистрибьюторы продукции PPG в Украине:

Компания «Кар-Лак» г. Ивано-Франковск, ул. Шевченко, 94/3.

Тел.: +38 (0342) 77-54-97, 77-54-55, ppg1@ttk.if.ua

ООО «Карсистем» г. Киев, ул. Новокозачинская, 9 / ул. Фрунзе, 102.

Тел.: +38 (044) 492-02-83, shternmaria1@rambler.ru

ООО «Матрикс Украина» г. Киев, Проспект Науки, 33А.

Тел.: +38 (044) 524-24-05, 524-24-48



Make it happen. With PPG

Подписной
индекс

99957

www.autoExpert.com.ua

Рынок

2 Антикризисная терапия

На фоне разразившегося кризиса многие в автосервисном секторе понимают, а то и ощущают на себе, что будет нелегко. Мы предложили операторам отечественного рынка кузовного бизнеса принять участие в информационном обзоре, состоящем из девяти наиболее животрепещущих, по нашему мнению, вопросов относительно сложившейся ситуации.



Оборудование

6 Работа в правильном свете



Событие

7 PPG Industries: 125-летний юбилей

8 Украина – приоритетный рынок для PPG



Организация работы

10 Расчет стоимости окрашивания в ПП Audatex

13 Этюд об экономии

Энциклопедия

16 Типы автомобильных кузовов

STANDOX – весь спектр автоэмалей, грунтов, шпатлевок и т.д. (в т.ч. на водной основе)

SATA – окрасочное оборудование и инструмент

COLAD – расходные материалы

3M – расходные материалы и средства защиты для маляров

STANDOX



Комплектация малярных участков "под ключ". Консультации при проектировании малярных участков
Генеральный импортер «STANDOX» в Украине – ООО «Колор Систем» тел: 044 258-81-61
Представительство по Юго-Востоку Украины – ЧП «Азимут Флайт» тел: 056 378-51-03

Антикризисная терапия

В коммерческой деятельности рано или поздно возникают кризисы. Природа их, как и последствия, могут быть самыми разными и непредсказуемыми. Так, в сегодняшнее непростое время многие организации не то что не надеются получить какую-то прибыль, а ставят целью хотя бы остаться на плаву. Самостоятельно противостоять настолько масштабному и серьезному «недругу», как мировой экономический кризис, очень тяжело.

Попали в круговорот событий и казавшиеся ранее несокрушимыми промышленные гиганты, в том числе и автомобильные. Чтобы выстоять, многим приходится идти на крайние меры, в том числе и приостанавливать производство. Многие сегодня и в автосервисном секторе понимают, а то и ощущают на себе, что будет нелегко.

Без сомнения, каждый из участников украинского рынка материалов и услуг для кузовного ре-



монта имеет свое видение происходящего, ищет пути выхода из сложившейся ситуации, пытается хотя бы приблизительно определить перспективы окончания столь сумбурного и тяжелого для ведения бизнеса периода. И нам, как и многим из Вас, интересно мнение и суждение коллег, партнеров, конкурентов по данному поводу. Таким образом, мы предложили операторам отечественного рынка кузовного бизнеса принять участие в информационном обзоре, состоящем из девяти наиболее животрепещущих, по нашему мнению, вопросов.

PPG Industries Олег Бондарь, директор по продажам в странах СНГ авторемонтных покрытий



1) Экономический кризис нанес колоссальный удар по многим секторам промышленности. По Вашему мнению, каково его влияние и последствия на ведение автобизнеса в Украине, в частности, кузовного?

Кризис серьезно повлиял на все отрасли народного хозяйства Украины, в том числе и на автобизнес. А

кузовной бизнес – неотъемлемая часть последнего.

2) Какие наиболее очевидные факторы являются причиной и далее способствуют усугублению бизнес-деятельности в стране? В чем это проявляется?

Основной причиной падения в кузовном бизнесе является проблема со страховыми выплатами по возмещению ущерба. Кризис застал кузовной бизнес в момент его развития, когда он обрел черты цивилизованного – профессионального и с обязательным участием страховых компаний. Практически весь «живой» автотранспорт был застрахован. Дилерские и независи-

мые СТО тесно сотрудничают со страховщиками... Кризис, который ударил, прежде всего, по банковской сфере, немедленно отразился и на страховом бизнесе. Далее уже известный сценарий: задержки со страховыми выплатами, а то и вовсе их отсутствие. Круг замкнулся.

Вторая, эволюционная причина – снижение аварийности на дорогах вследствие повышения штрафов. Наконец-то государство «рублем» изменило отношение водителей к соблюдению ими правил дорожного движения.

3) Какие выводы Вы можете сделать исходя из сложившейся ситуации? Имеет ли она какие-то положительные моменты?

Положительных моментов для кузовного бизнеса пока не видно, а вот для игроков рынка ЛКМ очень даже возможно – кто-то может не выдержать конкуренции и сойти с дистанции.

4) Насколько изменилась динамика спроса на кузовной ремонт, а также на продукцию для его проведения за последнее время?

В некоторых случаях вдвое, в зависимости от регионов.

5) Предполагаете ли Вы выход из конкурентной среды тех или иных компаний?

Выше уже ответил.

6) Какие действия, по Вашему мнению, могут помочь преодолеть сложившуюся ситуацию?

Если в общем, то от государства требуется стабилизация курса национальной валюты, так как практически весь товар в автобизнесе импортный, и «скачки» курса существенно влияют на операторов рынка и владельцев автомобилей. Второй шаг от него же – стабилизация банковской сферы. Дальше необходимо стимулировать экономику, производителей товаров и т.д.

В любом случае поврежденные машины начнут ремонтироваться и краситься, возможно, частично за средства

страховых компаний, но и, в большей мере, самих владельцев автомобилей. И здесь станциям придется серьезно побороться за клиентский кошелек, предлагая приемлемую цену ремонта и дополнительный сервис.

7) Когда, по Вашим предположениям, можно ожидать стабилизации и улучшения обстановки по ведению кузовного бизнеса?

В ближайшей перспективе определенная стабилизация может наступить уже в мае-июне, но обязательно при стабилизации страхового и финансового рынков.

8) Какие из предлагаемых продуктов/услуг стали в данный период более востребованы? Чем это вызвано (благодаря чему)?

Какие из предлагаемых услуг станут более востребованными – покажет время (месяц, другой). Что касается продуктов, то они останутся те же плюс на рынок будут вводиться «быстрые» материалы и технологии для сокращения времени ремонта.

9) Имеются ли у Вас сейчас антикризисные программы поддержки своих клиентов? Если это не является коммерческой тайной, в чем они заключаются?

Каждый из импортеров ЛКМ ощутил на себе влияние кризиса и, естественно, планирует удержать свой бизнес на плаву, а в некоторых случаях и развиваться. У каждого из них есть определенные договоренности с поставщиками по ведению бизнеса в Украине. Детали не оглашаются, но ясно будет через год, кто получал поддержку и активно работал, а кто свой шанс упустил. Так как любой кризис – это временное явление, а выигрывает сильнейший.

Желаю всем нашим партнерам и клиентам без существенных утрат пройти это непростое время и стать более сильным. Есть подходящее высказывание к любой трудной ситуации: «What doesn't kill us – make us stronger» («Что нас не убивает – делает нас сильнее»).

«Форма Партс» Игорь Горбач, директор компании



1) Экономический кризис нанес колоссальный удар по многим секторам промышленности. По Вашему мнению, каково его влияние и последствия на ведение автобизнеса в Украине, в частности, кузовного?

Безусловно, экономический кризис затронул все секторы промышленности. Автомобильный бизнес исключением не стал. Публичные заявления автопроизводителей о сокращениях производства – тому свидетельство. Что касается Украины, то в последние годы мы наблюдали один из самых высоких темпов роста автопарка за счет продаж новых автомобилей. Этому способствовали доступность кредитных средств, а также «рост» доходов населения. К сожа-

лению, прекращение кредитования банками привело к уменьшению темпов роста продаж, а новые законы делают автомобиль роскошью, а не средством передвижения. Что же касается кузовного бизнеса, то, с нашей точки зрения, это еще и большие возможности. Большая часть страховых компаний взяла канулы по выплатам страховых возмещений. Это позволит страховикам пересмотреть условия по страхованию и порядок компенсации страховых случаев. Сегодняшняя ситуация заставила всех считать деньги.

Большинство страховых автомобилей отремонтировалось на фирменных СТО, а там, как Вы знаете, не самые дешевые расценки на работы и запчасти. При этом клиент получает качественный ремонт с применением оригинальных запасных частей. Например: замена бампера, задних фонарей и крышки багажника с покраской по некоторым маркам автомобилей могли обойтись в сумму, сравнимую с 30% от стоимости нового автомобиля.

Распространены также договорные отношения

страховых компаний с независимыми кузовными сервисами. В данном случае страховая автомобиль отправляется ремонтироваться на такой сервис, который производит ремонт, но немного дешевле. Удешевление происходит за счет меньших издержек и применения более дешевых материалов и запчастей.

В последнее время открывают свои сети станций технического обслуживания и сами страховые компании (например, страховая компания «Провита»). Это позволяет получить еще большую экономию, т.к. любой сервис закладывает в свои услуги прибыль.

Исходя из данной ситуации, мы ориентируемся на более жесткую конкуренцию в нашем сегменте рынка, т.к. спрос на дорогой «оригинал» будет уменьшаться в пользу более дешевых аналогов. Т.е. сегодня рынок требует от нас еще более высокой концентрации и пересмотра своей маркетинговой стратегии. Для нас это еще и дополнительные возможности, ведь по отношению к оригиналу наш товар будет более востребован.

2) Какие наиболее очевидные факторы являются причиной и далее способствуют усугублению бизнес-деятельности в стране? В чем это проявляется?

Отсутствие стабильности, кризис в банковской сфере, несовершенная законодательная база.

3) Какие выводы Вы можете сделать исходя из сложившейся ситуации? Имеет ли она какие-то положительные моменты?

Это необходимость пересмотра своей маркетинговой политики. Ориентация на удовлетворение потребностей средних и мелких клиентов. Товары, предлагаемые компанией, становятся более интересными для конечного потребителя, что также может отразиться на наших взаимоотношениях со страховиками.

4) Насколько изменилась динамика спроса на кузовной ремонт, а также на продукцию для его проведения за последнее время?

Динамика спроса заметно снизилась. Клиент не спешит расставаться с деньгами, т.к. у него нет полной уверенности в завтрашнем дне. Позиция страховых компа-

ний вносит свой вклад в эту непростую ситуацию для кузовного бизнеса, ведь большинство автомобилей застрахованы. Сегодня спрос сдвигается в сторону более дешевых товаров Колорит вносит также ситуация с увеличением количества автомобилей на разборках.

5) Предполагаете ли Вы выход из конкурентной среды тех или иных компаний?

Некоторые компании не в силах будут пережить такую ситуацию. Уже есть первые ласточки.

6) Какие действия, по Вашему мнению, могут помочь преодолеть сложившуюся ситуацию?

Универсального рецепта не существует. Что касается компании «Форма Партс», мы планируем использовать дополнительные возможности, возникшие на рынке, быстро реагировать на изменения.

7) Когда, по Вашим предположениям, можно ожидать стабилизации и улучшения обстановки по ведению кузовного бизнеса?

Думаю, что не ранее чем к началу лета. Нужно готовиться к худшему. Рынок меняется и нужно быть гибким, чтобы остаться на плаву.

8) Какие из предлагаемых продуктов/услуг стали в данный период более востребованы? Чем это вызвано (благодаря чему)?

То, что может подождать с ремонтом, – откладывается. Например, можно ездить с поломанным бампером или вообще без него, а вот без фары тяжело, штрафы то знаете какие сейчас. Некоторые клиенты, в силу отсутствия финансовых средств, отказываются от окраски замененных деталей и ждут лучших времен. Более востребованными стали детали оптики, ведь ужесточились штрафы за неисправное состояние автомобиля.

9) Имеются ли у Вас сейчас антикризисные программы поддержки своих клиентов? Если это не является коммерческой тайной, в чем они заключаются?

Имеются, и в скором времени мы начнем их воплощать.

«Колир Р-М» Роман Панивский, директор компании



1) Экономический кризис нанес колоссальный удар по многим секторам промышленности. По Вашему мнению, каково его влияние и последствия на ведение автобизнеса в Украине, в частности, кузовного?

Влияние кризиса на бизнес-деятельность сегодня хорошо ощутимо. С

работой стало тяжело всем, кто имеет отношение к автомобильному бизнесу и не только. В том числе и нам как компании, владеющей СТО и продавцу материалов для кузовного ремонта. Так, для примера, если сравнивать загрузку станции в январе-феврале

2008 года с этим же периодом в 2009-м, то могу сказать, что она уменьшилась где-то на 20%. Связано это со снижением платежеспособности клиентов. Вносят свою лепту и страховые компании. Людям не выплачиваются положенные за ремонт деньги. Многие клиенты уже выбирают: восстанавливать автомобиль или оплатить кредит по нему. Иногда выданные страховой компанией средства идут не на ремонт, а погашение задолженности перед кредитором. Бывает, что владелец восстанавливает только кузов автомобиля, отказываясь от его дальнейшей окраски. Само собой разумеется, такое состояние дел не способствует развитию бизнесу, а наоборот, только ухудшает ситуацию.

2) Какие наиболее очевидные факторы являются причиной и далее способствуют усугублению бизнес-деятельности в стране? В чем это проявляется?

По большому счету, на этот вопрос я уже ответил

выше. К сказанному могу добавить, что негатива усиливается чувством неуверенности людей в завтрашнем дне. Они не знают, что и как будет завтра, поэтому не спешат тратить деньги на машину. Хотя тут следует рассматривать две категории владельцев: для которых автомобиль – это только средство передвижения, и для которых это рабочий инструмент, с помощью которого они зарабатывают себе на жизнь. Понятно, что вторые будут пытаться в кратчайшие сроки поставить машину снова на «колеса», естественно, также попытаюсь сэкономить на ремонте...

3) Какие выводы мы можете сделать исходя из сложившейся ситуации? Имеет ли она какие-то положительные моменты?

В принципе, всегда из худшего стараешься выбрать лучшее. Я хорошо понимаю, что сегодня сложно всем, и выстоят наиболее сильные игроки на рынке. Поэтому как владелец СТО я должен, в первую очередь, сделать отличные условия для клиентов, чтобы они всегда были довольны сервисом.

Сегодня, несмотря на сложный период, мы также продолжаем делать ремонт производственного цеха, для того чтобы улучшить условия работы для своих рабочих. К тому же от посещения такого сервиса у клиента сложится положительное впечатление о мастерской. Ведь сейчас многие занялись поиском СТО (страховые компании, обычные автовладельцы), где можно будет восстановить автомобиль подешевле, но и чтобы сервис был на достойном уровне.

Наиболее сложно в нынешней ситуации будет брендовым СТО. Свяzano это, в основном, с привязкой к страховым компаниям (их бизнес связан с продажей новых автомобилей, которые, естественно, подлежали страхованию и в случае ДТП страховые должны оплачивать ремонт согласно заключенным договорам) и к определенной марке автомобилей, а также с высокой стоимостью предоставляемых услуг. В этих отношениях положение универсальных станций более выгодно.

4) Насколько изменилась динамика спроса на кузовной ремонт, а также на продукцию для его проведения за последнее время?

В принципе, некоторые цифры я уже назвал в самом начале (снижение загрузки СТО на 20%). До Нового года все работало неплохо. Что будет дальше, посмотрим...

5) Предполагаете ли Вы выход из конкурентной среды тех или иных компаний?

Думаю, что не все выстоят. Останутся только сильные игроки, которые смогут предложить своим клиентам и тем же страховым компаниям приемлемые условия сотрудничества. Но хочу сразу оговорить, что лично я демпинг не считаю разумным, и прибегать к подобным мерам нецелесообразно.

6) Какие действия, по Вашему мнению, могут помочь преодолеть сложившуюся ситуацию?

Полагаю что выход в повышении уровня и технологии выполнения работ за счет применения качественных материалов. Например, таких, которые предлагает наша компания U-Pol.

Возможно, некоторые мастера будут выходить из

сложившегося положения посредством использования более дешевых продуктов. Хотя насколько рациональней такой ход – ответить затрудняюсь. Из ничего ничего не возникает. Мы лучше будем делать меньше, но качественнее. К тому же появится время подумать, как еще лучше подготовить своих мастеров и технические условия для повышения уровня ремонта. Но никак не удешевить ремонт за счет несколько худшего материала. Работа должна вестись только на улучшение.

Еще один важный момент – следует прилагать все усилия для сохранения имеющейся команды сотрудников. Нужно пытаться всеми силами сохранить «притертый», наученный и опытный коллектив. Если в команде подготовленные, качественно выполняющие свою работу мастера – это только плюс станции и дополнительный фактор для привлечения клиента. Потому что ремонт кузова – это не только восстановление внешнего вида (замена элемента оперения, окраска, полирование) автомобиля, но и, при более серьезных работах, во время которых нужно прибегать к рихтовочному оборудованию, – его безопасность. А значит, ответственность за жизнь людей. И если транспортное средство восстановлено профессиональными сотрудниками – у клиента не возникнет никаких претензий и дискомфорта от езды, а будет ощущение, как будь-то он сел за руль нового автомобиля.

7) Когда, по Вашим предположениям, можно ожидать стабилизации и улучшения обстановки по ведению кузовного бизнеса?

Только тогда, когда в целом улучшится обстановка в Украине. Хотя с такой политической ситуацией в стране и действиями ее ключевых фигур ситуация будет только ухудшаться. Если человеку «не за что кушать», о каком ремонте может идти речь? Думаю, кризисного пика мы еще не достигли...

Хотя на сегодняшний день мы еще не пришли к тому, как было в 90-х, когда рассчитывались кто чем может. Но вижу, что мы потихоньку приближаемся к «натуральному обмену».

8) Какие из предлагаемых продуктов/услуг стали в данный период более востребованы? Чем это вызвано (благодаря чему)?

Достаточно востребованный сегодня продукт U-Pol – ускоритель отверждения лакокрасочных покрытий. Во-первых, он позволяет ускорить выполнение ремонтных работ. Во-вторых, вместе с экономией времени снижается и расход электроэнергии, что в наше время не будет лишним.

9) Имеются ли у Вас сейчас антикризисные программы поддержки своих клиентов? Если это не является коммерческой тайной, в чем они заключаются?

По моему мнению, в первую очередь, следует улучшать качество работы и услуг перед клиентом, а также чем-то дополнительно заинтересовать его. Как пример, можно взять за ремонт автомобиля те же деньги, что и раньше (таким образом, не прибегая к демпингу), но сделав при этом немножко больший объем работы. Скажем, после серьезного восстановления автомобиля мойку кузова или уборку в салоне можно предоставить бонусом. Тогда и клиент будет доволен, и вы существенно не потеряете... ■

Работа в правильном свете



При восстановлении кузова освещение играет крайне важную роль. Но во многих случаях в ремонтных помещениях оно оставляет желать лучшего, особенно если погода «капризничает». А мы ведь знаем, что самый объективный источник освещения – дневной (солнечный) свет. Но сегодня уже имеется устройство, способное заменить его, то есть выдать световой поток по своему спектральному составу максимально приближенный к естественному. Таким образом, можно получить практически идеальные световые условия независимо от времени и места работы.

Полагаем, многие уже догадались, что речь идет о так называемой «лампе колориста», а если точнее, то в данном случае – о лампе для цветоподбора (Colour Check Light) PPS от известной компании 3M. Уникальность данного инструмента заключается в способности практически полностью воспроизводить естественное освещение (спектр дневного света), что избавляет колориста от многих причин для головной боли. Лампа идеально подходит для выбора правильного цвета и его оттенка (а также позволяет предотвратить явление метамерии), сверки выкраски с оригиналом, проверки укрывистости краски и т.д. Причем данные операции можно производить без привязки к конкретному месту в цеху. То есть, если нужно сравнить сделанные выкраски (или веер цветов для уточнения цвета оригинала) с цветом автомобиля, нет необходимости выкатывать его на улицу (тем более что погода не всегда позволяет). Это легко можно сделать и в не выделяющемся хорошим освещением помещении – просто направив световой поток лампы на границу между полученным образцом и деталью кузова.



Работа с цветом (колористика) – это только одно из направлений применения устройства. На самом же деле их намного больше, что, в особенности, определяется смекалкой самих специалистов станции. Так, во время полировки приходится тщательно присматриваться к месту обработки для контроля толщины лака и оставшихся царапин. При этом не всегда существующего освещения в помещении достаточно. Как следствие – быстро устают глаза, падает продуктивность и эффективность работы. Лампа PPS в данном случае будет весьма полезной. Проводя хорошим световым потоком по поверхности под разными углами можно легко выявить царапинки и контролировать ход работы, выполнив ее быстрее, качественнее и, главное, без ущерба для здоровья. То же самое можно сказать и о других операциях, характерных для процесса восстановления кузова, а также контроля их выполнения (проверка качества поверхности перед окраской, выявления дефектов окраски и т.д.). Таким образом, можно говорить о том, что с помощью лампы 3M для цветоподбора можно не только упростить работу и повысить пропускную способность малярного цеха, но и сэкономить на материалах. Лампа способствует более точному подбору, а значит, снижается вероятность появления дефектов ЛКМ вследствие неверного подбора материала или недостаточной укрывистости. Помимо этого, появляется возможность вовремя увидеть тот или иной дефект и ликвидировать его на начальном этапе восстановления, не продолжая работу, а значит, не повышая порог затрат на устранение последствий.

Напоследок несколько слов о комплектации и характеристиках. Устройство для цветоподбора PPS комплектуется запасной лампочкой, аккумулятором, зарядным устройством, блоком питания, шнуром и инструкцией, которые размещаются в пластиковом чемодане. При работе инструмента качество светового потока не зависит от степени разряженности батареи и контролируется электронным модулем. Таким образом, можно говорить о гарантии стабильности и однородности результатов. Помимо этого, предусмотрены два уровня интенсивности света:

- стандартный – для обычных цветов и «металликов»;
- высокий – для темных цветов или при работе в условиях недостаточной освещенности помещения.

Устройство весьма компактно, удобно располагается в руке, простое в использовании.

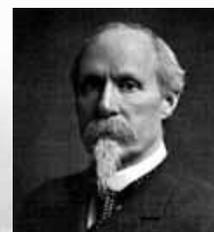
«3M Украина»

г. Киев, ул. Физкультуры, 30-в, 3-й этаж
тел.: (044) 492-86-89; 490-57-77

www.mmm.com



Джон Форд



Джон Питкерн

PPG Industries: 125-летний юбилей

Оборот в 11 млрд. долларов и более 150 производственных мощностей по всему миру – с такими показателями отметила свое 125-летие компания PPG Industries. Но, что примечательно, история PPG началась отнюдь не с лакокрасочной продукции...

Исторические корни PPG Industries ведут в XIX столетие, а если точнее, берут свое начало с 1883 года. Именно тогда Джон Форд и Джон Питкерн создали предприятие по производству стекол (размещалось в 20 милях севернее города Питтсбург, штат Пенсильвания), получившее название Pittsburgh Plate Glass Company (PPG). Уже в начале деятельности компания выделялась новаторством и скорым внедрением передовых технологий. Так, перевод стеклоплавильных печей на новый для того времени вид топлива – природный газ, позволил значительно улучшить прозрачность выпускаемой продукции, что стало серьезным сдвигом в данном секторе промышленности. Именно благодаря изначальной нацеленности предприятия на разработку наилучших продуктов и технологий PPG удалось стать первым в США коммерчески успешным производителем подобного рода продукции.

В данном направлении и ритме PPG работает и по сей день, сотрясая мир уникальными разработками (например, производство лобового стекла, выполняющего функцию антенны или способного отражать до 60% солнечного излучения и т.п.).

Что касается лакокрасочного бизнеса, то первым шагом в этом направлении можно считать 1900 год, когда PPG была приобретена Patton Paint Company. Форси-

ровало развитие лакокрасочного направления еще одно приобретение, датируемое уже 1922 годом, – в состав PPG вошел производитель лакокрасочной продукции Ditzler Color Company, что сделало компанию поставщиком свыше 500 оттенков лакокрасочных покрытий на 40 автомобильных предприятий.

Ряд дальнейших приобретений, расширение производства (как лакокрасочного, так и стекольного), а также другие способствующие развитию обстоятельства (например, послевоенный строительный и автомобильный бум) позволили компании уже в начале 60-х годов достичь оборота в 1 млрд. долларов. В это же время происходит переименование Pittsburgh Plate Glass Company в известную нам сегодня PPG Industries.

Дальнейший рост компании в совокупности с процессом глобализации и направленности на постоянный прогресс обеспечили PPG Industries статус мирового лидера в производстве лакокрасочной продукции.

Свой юбилей PPG Industries отметила, будучи:

- Компанией № 1 в мире по производству лакокрасочных покрытий для автотранспорта: каждые два новых автомобиля из трех произведенных в Европе и США произведены с использованием материалов PPG. Среди них практически все лучшие автомобили мира.

- Мировым лидером производства промышленных покрытий, имеющих самое разнообразное применение – от мячиков для гольфа и мобильных телефонов до холодильников и тракторов.

- Мировым лидером производства оригинальных и запасных стекол для самолетов коммерческой, военной и гражданской авиации.

- Компанией № 2 в мире по производству авторемонтных лакокрасочных материалов.

- Одним из крупнейших в мире производителей оригинальных и запасных автомобильных стекол.

- Мировым лидером производства фотохромных



Компания Patton Paint Company стала первым приобретением PPG в лакокрасочном мире.

линз, крупнейшим производителем оптических номеров.

– Вторым по величине производителем стекловолокна, используемого в производстве печатных плат, корпусов судов, автокомпонентов, душевых кабин и ванн.

– Лидером производства хлороалкалиновых химических веществ, используемых в пластмассах, бумажной промышленности, нефтедобыче и алюминиевом производстве.

– Одним из крупнейших производителей специализированных химических веществ, используемых в производстве полупродуктов для синтеза лекарственных препаратов, органических пестицидов, химикатов для сельского хозяйства и многого другого.

– Одним из крупнейших в мире производителей листового стекла, используемого при производстве мебели, зеркал, в строительстве и на транспорте.

Конечно, читателям нашего журнала наиболее интересно главное направление деятельности концерна – автомобильные покрытия.

Конвейерные краски PPG известны еще со времен СССР. С тех пор и по настоящее время концерн был и остается ведущим поставщиком лакокрасочных материалов на конвейер АВТОВАЗа. Сейчас, кроме этого завода, поставки идут и на Toyota, ГАЗ, ТагАЗ, УАЗ, «Северсталь-Авто».

Сотрудничество с указанными выше автозаводами не ограничивается только поставками материалов. Осуществляются и более крупные совместные проекты, связанные с окраской автомобилей. Например, в Тольятти концерном PPG создана компания, которая выполняет окраску кузовов автомобиля «Калина». АВТОВАЗ поставляет этой компании неокрашенные кузова, а получает уже окрашенные. Сам факт того, что разработка технологического процесса, подбор оборудования и надзор за повседневной работой по окраске флагмана тольяттинского конвейера был поручен представителям PPG, говорит о надежности компании и доверии к ней со стороны руководства автогиганта.

Опыт производства покрытий с оригинальными свойствами и цветами для большинства автопроизводителей позволил концерну распространить свои разработки на авторемонтные лакокрасочные системы и предложить техническим центрам материалы, чьи характеристики и цвет наилучшим образом соответствуют конвейерным покрытиям.

Украина – приоритетный рынок для PPG

PPG Industries – мировой гигант в производстве автомобильных лакокрасочных покрытий. Продукция PPG поставляется на конвейеры ведущих автопроизводителей и пользуется завидной популярностью на сервисных станциях многих стран. Последние пару лет особое внимание компания PPG уделяет и украинскому рынку. Сегодня мы берем интервью у человека, который имеет опыт в продвижении авторемонтной продукции и хорошо известен в бизнес-кругах, связанных с кузовным ремонтом, – Олегом Бондарем. С 2009 года Олег Бондарь отвечает за продвижение авторемонтных покрытий PPG в странах СНГ.



– Олег Борисович, насколько нам известно, продукция PPG Industries в Украине продвигается через дистрибьюторов. Такая система работы будет сохранена?

– Совершенно верно, на сегодня наша компания, собственно как и другие производители ЛКМ, продажу и продвижение продукции на отечественном

рынке осуществляет через дистрибьюторов, работа которых координируется представительством «ППГ Индастриз».

– Какую должность Вы сейчас занимаете?

– Я являюсь директором по продажам авторемон-

Украинский рынок авторемонтных лакокрасочных материалов вызывает у PPG Industries высокий интерес и, естественно, компания желает расширить свое влияние и упрочить позиции в нашей стране. Усилению позиций на отечественном рынке способствует программа «ППГ Индастриз», представительства компании PPG в странах Восточной Европы, включающая в себя, с одной стороны, предложение большого ассортимента продуктов для различных секторов рынка, а с другой – создание современной инфраструктуры, занятой технической поддержкой, дистрибуцией, логистикой и т.п.

Компания «ППГ Индастриз» поставляет четыре марки лакокрасочных материалов, каждая из которых представляет собой полную законченную систему, предназначенную для ремонта покрытия автомобилей:

Nexa Autocolor – инновационная система удобных в применении биндерных материалов, отличающихся превосходным качеством покрытий и высокой скоростью ремонта. Использование этой системы способствует существенному увеличению прибыльности и эффективности ремонта большого количества автомобилей. Еще в 1992 году Nexa Autocolor первая в мире стала использовать систему водоразбавляемых эмалей и в 1999 году внедрила УФ-отверждаемые материалы для авторемонта.

PPG – наиболее полная универсальная система авторемонтных материалов, позволяющая быстро производить качественный ремонт лакокрасочного покрытия любого вида. Система включает в себя как водоразбавляемые продукты, так и традиционные.

MaxMeueg – система авторемонтных покрытий, обладающая высокой продуктивностью и исключительной



Компания PPG на протяжении многих лет уверенно удерживает лидерство в области автомобильных покрытий.

технологической гибкостью. При этом стоимость ремонта с помощью этих материалов заведомо укладывается в нормативы подавляющего большинства страховых компаний. «Качество и удобство по суперцене» – девиз марки MaxMeueg.

Quickline – система материалов эконом-класса, специально разработанная в первую очередь для восстановления поврежденного покрытия автомобилей Lada.

В следующих выпусках журнала мы более подробно рассмотрим ассортиментное предложение авторемонтных материалов PPG Industries, их характеристики, технологии использования и многое другое.

За помощь в подготовке материала благодарим «ППГ Индастриз»

тных покрытий в странах СНГ компании «ППГ Индастриз». Территориально – это, в первую очередь, Украина, Беларусь, Казахстан, а также Узбекистан, Киргизстан, Армения и др. За продажи в России отвечают мои коллеги в Москве.

– Должность обязывает вести широкомащтабную и активную деятельность. Какие цели стоят в Украине?

– В первую очередь – обеспечить нашим дистрибьюторам достойную поддержку их инициатив и, как следствие этого, увеличить занимаемую долю рынка, усилить свое присутствие в Украине по всем брендам PPG Industries.

– Сколько и какие торговые марки PPG Industries будут представлены на украинском рынке?

– Украинским потребителям уже хорошо известны PPG и MaxMeueg. В этом году на рынок Украины мы выводим премиум-бренд – Nexa Autocolor, и бренд для розничного сегмента – Quickline.

– Расскажите вкратце о новом бренде – Nexa Autocolor.

– Nexa Autocolor, прежде всего, – это «полная» лакокрасочная система для профессионального ремонта, включающая весь спектр ЛКМ: от грунтов до высококлассных лаков. Nexa Autocolor пользуется популярностью во многих странах ми-

ра, и, к примеру, в Великобритании, Франции, Испании, Греции и ряде других стран обладает доминирующей долей рынка. Главная направленность Nexa Autocolor – увеличение прибыли и конкурентоспособности сервисной станции. Под этим брендом потребителю предлагаются как традиционные материалы (органорастворимые), так и материалы на водной основе.

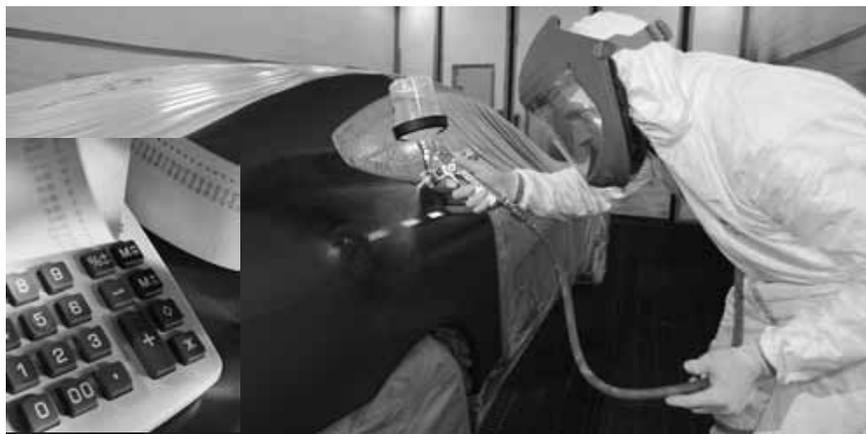
– Какие шаги будут предприниматься для развития торговых марок PPG на украинском рынке, в особенности учитывая столь непростое для ведения бизнеса время?

– Скажу кратко: на сегодняшний день мы готовы предложить широкий спектр товаров и услуг для любого сегмента рынка в зависимости от потребностей клиента и условий на рынке.

– Благодаря чему клиент (в особенности, станция технического обслуживания и автомагазин) должен обратить внимание на PPG?

– Для обеих групп клиентов общим является постоянное, в отличие от некоторых конкурентов, качество продуктов и удобство в подборе цвета. Для СТО, в частности – это комплексный подход к клиенту: от проектирования СТО до запуска и обслуживания. Это в двух словах. А вообще-то, для подробного описания всех предоставляемых нами услуг потребуется не одна страница. ■

Расчет стоимости окрашивания в ПП Audatex



Главная задача программного продукта Audatex – оценка (расчет) стоимости восстановительного ремонта автомобиля. И хотя, на самом деле, его возможности намного шире, в этот раз остановимся на определении стоимости лакокрасочных работ и лакокрасочных материалов (ЛКРМ).

Расчет стоимости окрашивания в Audatex может осуществляться на основании данных завода-изготовителя автомобиля или данных от альтернативного поставщика – AZT (Allianz Zentrum fuer Technik – известный мюнхенский технический центр немецкой компании Allianz). Предвидя вопрос о необходимости двух информационных потоков, отметим, что это диктуется гарантией расчета стоимости восстановления автомобиля в продукте Audatex. Ведь известно, что сегодня не все автопроизводители разрабатывают и публикуют подобного рода информацию. Например, Nissan Deutschland рекомендует компании Audatex Deutschland поставити всех своих клиентов в известность о том, что для автомобилей Nissan следует использовать следующие подходы при расчете норм времени на окрашивание: для моделей с 1998 года производства (включительно) следует использовать нормочасы на окрасочные работы AZT. Для моделей до 1998 года возможно применение информации

Сегодня имеется достаточно много спорных вопросов относительно правильности расчета стоимости кузовного ремонта, одной из основных составляющих которого является восстановление лакокрасочного покрытия. Это порождает ряд конфликтов между участниками урегулирования событий (СТО, страховая компания, эксперт, автовладелец), возникших в результате ДТП, аварии, стихийного бедствия, гарантийного случая и в силу других причин. Для достижения консенсуса иногда требуется не то что несколько дней, а недель, так как каждая сторона отстаивает свои позиции. Из-за разногласий ухудшаются отношения между участниками, возрастает неудовлетворенность клиента из-за затянувшегося ремонта. Но сегодня есть инструмент решения или, по крайней мере, ускорения решения споров – программный продукт Audatex. В данном материале мы рассмотрим некоторые его возможности в области окрашивания автомобиля.

240 Стоимость Н-Ч/покраски <349:MB-CAL>

ZA ? СТО Меню

Актуализировать

Стоимость н-часа (за AW или за час)
AUDATEX 12 AW = 1Std / Heist 12 AW = 1 Std

Механик/жестяжник: 280,00 грн / Час
- Кл 1 - механик
- Кл 2 - арматурщик

Маллер: 336,00 грн / Час
- Изготовит.(+) - AZT (H) -

Дополнительные коды

Покрасоч материал	от НЧ	Общ. с/мча	Общ. с/мча	Общ. с/мча	МВ-Площадь	Площадь/	Площ. AZT/
	40	42	43	01	45	51	Шлакк
	[%]	[грн]	[грн]	[% Index]	[% Index]	[% Index]	
Покраска работы	Части	Кузов	Части	Части			
Всего	52	53	55	54			
	[грн]	[грн]	[грн]	[ET]			

Расчет стоимости окрашивания в ПП Audatex осуществляется на основании данных производителя или AZT (технический центр Allianz)

Audatex ЗАСТОСУВАННЯ ФАРБУВАННЯ

Фарбування за виробником (показати заводську специфікацію)
Фарбування згідно AZT (за дозволом відповідного розд. 51)

Таблиця показана 2000 рядків

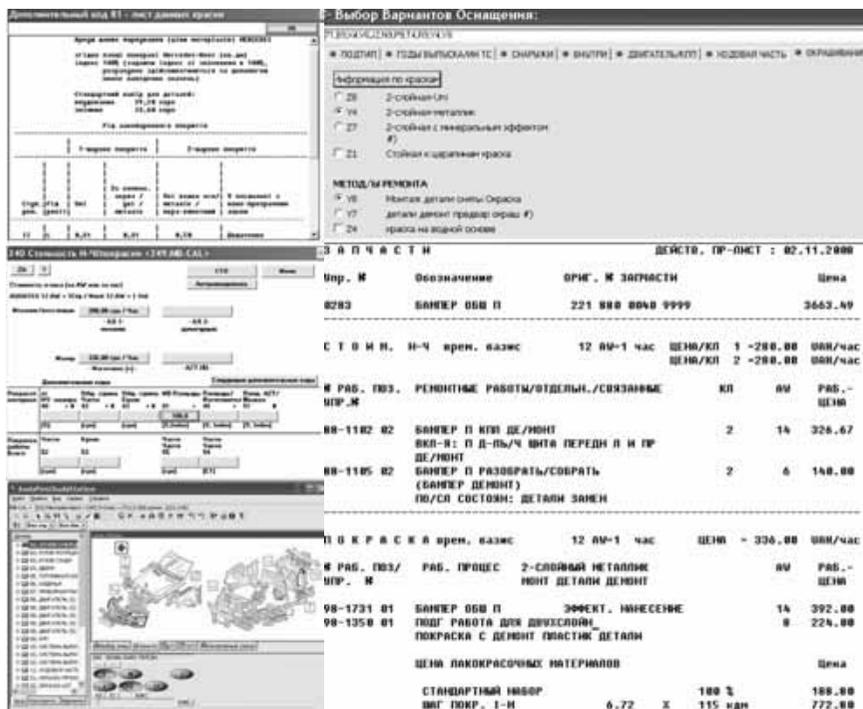
Система розробки / стандартний набір	Ступінь відновлення /дрезанту/	Тип реактиву	Норми часу (в години)			
			М	М	М	М
AZT код. код 51	Тип розробки / стандартний набір					
Метал	Метал	М	М	М	М	
Пластмаса	Пластмаса	М	М	М	М	
BMW / MBW код. код 01	Метал	М	М	М	М	
Mercedes-Benz код. код 01	Метал	М	М	М	М	
Opel код. код 01	Метал	М	М	М	М	
Peugeot код. код 01	Метал	М	М	М	М	

Определение стоимости ЛКРМ по производителю в программе возможен в том случае, если он рекомендует и публикует использование своего собственного метода расчета.

жений данной технологии и ступеней окрашивания.

В Audatex учитывается несколько вариантов проведения ремонтных работ в зависимости от состояния детали и возможности ее восстановления. К примеру, технология окраски AZT имеет свои особенности задания, детализируя варианты восстановления пластиковых изделий с учетом их готовности к окрашиванию – от наиболее подготовленной поверхности LE1 (грунтованной) к менее подготовленной LE4 (требующей больших затрат времени на подготовку). Стоит также упомянуть, что, если предполагается ремонт деталей, для доступа к которым нужно проделать ряд однотипных демонтажных (монтажных) работ, учет последних будет проводиться один раз. Это позволит избежать внесения пересекающихся операций и, следовательно, правильнее составить калькуляцию работ.

Рассматривая возможности Audatex по восстановлению лакокрасочного покрытия, хочется обратить внимание еще на несколько моментов. Так, в данном продукте в иллюстрированном виде представлены возможности по частичному окрашиванию элементов кузова, регламентируемые автопроизводителем, а также имеется по-секционное изображение всего автомобиля, что расширяет границы использования программы. Например, в Audatex поэлементно изображается тот или иной участок



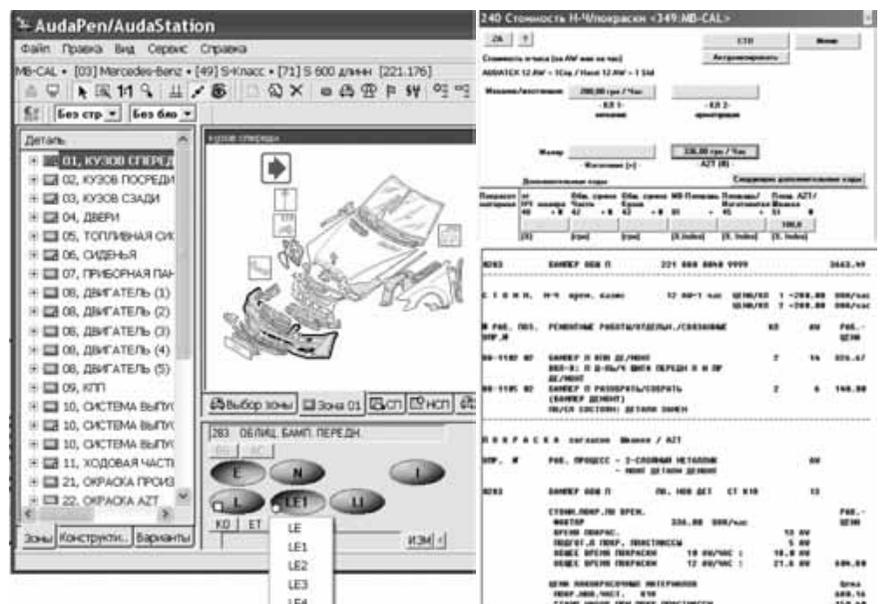
Вводя изначально необходимые данные, тип ЛКР покрытия и метод окрашивания, а также подлежащие ремонту детали, получаем расчет ЛКРМ по изготовителю, где приведены позиционные номера работ производителя и соответствующие им нормативы трудоемкости окрасочных работ

по окраске как согласно данным автопроизводителя, так и AZT. Из данного примера следует несколько выводов. Во-первых, это говорит о высоком доверии производителей автомобилей к данным технического центра AZT. Во-вторых – о получении приблизительно равных результатов расчета стоимости окрашивания автомобиля по методике завода-изготовителя и AZT в Audatex.

Определение стоимости ЛКРМ по производителю возможно в том случае, если он публикует и рекомендует использование своего собственного метода расчета. Например, BMW/MINI, Mercedes-Benz, Opel, Porsche, VW/Audi, Seat, Skoda, Ford, Nissan его имеют и используют на своих дилерских СТО. Вводя в программе Audatex соответствующие данные (задав необходимый тип лакокрасочного покрытия и метод окрашивания, а также подлежащие ремонту детали), можно получить идентичный расчет. В нем будут приведены позиционные номера работ производителя и соответствующие им нормативы трудоемкости окрасочных операций.

В программном продукте Audatex для следующих производителей данные окрасочных работ основа-

ны на сведениях системы окраски AZT – Cadillac, Chrysler, Daewoo-FSO, Daihatsu, Dodge, Honda, Jaguar, KIA, Land Rover, Lexus, Mazda, Pontiac, Rover, Saab, SsangYong, Subaru, Suzuki, Tata, Toyota. Чтобы пользователь ориентировался в данной системе, предполагается краткое описание исходных данных AZT, применяемых основных поло-



После введения необходимых данных, выбора подлежащих ремонту деталей и типа работ получаем расчет при покраске по системе AZT.

ЭТЮД ОБ ЭКОНОМИИ



В условиях растущей конкуренции для каждого руководителя большое значение имеет рост производительности предприятия, снижение производственных издержек и увеличение числа клиентов. Хороший финансовый оборот, сэкономленные средства – дополнительные инвестиции для повышения значимости предприятия, укрепления финансовой устойчивости. Потому вполне оправдано желание инвестора найти в производственном цикле разумное соотношение между возможной производительностью и затратами, то есть стремление оптимизировать производственный процесс.

Мы постараемся популярно изложить основные моменты процесса кузовного ремонта и окраски, где могут быть найдены пути оптимизации, опираясь на богатый опыт специалистов инжинирингового подразделения компании «Европроект».

Планируя строительство участка кузовного ремонта и окраски, владелец

одного из крупных сервисов попросил составить для него подробное описание последовательности операций.

Просьбу выполнили, и результат очень озадачил нашего партнера. Как оказалась, он и не предполагал, что процесс включает так много операций, оборудования и расходных материалов.

И задал вполне резонный вопрос:

– Наверное, еще не все пути совершенствования исчерпаны, и в каждой операции можно найти ресурс, выгодно отличающий меня от конкурентов? Но на чем сэкономить?

Пожалуй, последний вопрос был самым важным, и давайте проанализируем его вместе.

Экономия на стоимости оборудования заведомо ухудшает качество и снижает производительность. Экономия на стоимости расходных материалов усложняет обработку (в случае ЛКМ она означает перерасход материала, долгое высыхание, снижение качества ремонта). В итоге – потеря времени. Если исключить какие-либо материалы, инструменты или этапы процесса – снова снижение качества и дополнительные затраты времени.

И мы пришли к единственному ответу. Наиболее существенно на всем техпроцессе сказывается лишь один главный фактор – время.

Но как его сэкономить?

На какой срок лишать хозяина автомобиля

Сдача автомобиля в ремонт для клиента зачастую начинается с большой очереди, которая может укрепить веру, что автосервис выбран правильно, но может и заставить его обратиться в другой.

Уже само наличие длинной очереди – повод для оптимизации работы и развития сервиса. Prestиж автосервиса складывается из трех основных критериев: качества, стоимости и времени ремонта.

Как правило, запоминается качество ремонта, чуть менее – стоимость, а о сроках клиент почти не помнит. У сервиса же акценты как раз противоположные! Консенсус лишь один: безукоризненное качество и минимальные, заранее оговоренные и выдержанные сроки ремонта.

Наиболее распространенный вариант работы многих СТО – приемка «под завязку» в понедельник, сдача клиентам в пятницу. По данным международной статистики, среднее количество ремонтируемых элементов на одном автомобиле



Нередко хозяин сервиса является лишь инвестором и имеет весьма общее представление о деталях работы предприятия.

Популярность, безусловно, – штука ценная, но оценить ее финансовый эквивалент весьма затруднительно.

Клиент ищет быстрое, качественное и недорогое обслуживание. Правда, выбирать он может только два любых пункта из перечисленных. Шутка не нова, но суть отражает верно.

Существует поговорка, весьма полно отражающая действительное положение дел: «Любая работа, если не может быть сокращена, то всегда будет растянута на оговоренный срок».

Время высыхания грунтов-наполнителей – основной ресурс оптимизации.

равно 2,4. Так зачем же перестраховываться, искусственно удлинняя сроки? Не лучше ли отдать клиенту автомобиль с несложным ремонтом на следующий день?

Тщательный анализ ремонта и планирование сроков – один из путей оптимизации.

Важно и оценить повреждения автомобиля до приемки в ремонт. Если пострадавшей придется дожидаться доставки нужных деталей, сделать это логичнее на стоянке или в гараже хозяина, а не на производственной площадке автосервиса.

Автомобиль – не конструктор «Lego»

Без соответствующего инструмента операции по разборке-сборке современных моделей представить трудно.

Профессионалы согласятся, что порой банальные болты крепления различных деталей кузова – просто шедевры скобяного искусства. Потребность в профессиональных наборах ключей и приспособлениях не вызывает сомнений. Это – еще один аспект экономии времени.

И совсем уж очевидна рекомендация при разборке отдельно складывать или пометать снятую фурнитуру.

Правильное оборудование и инструмент особенно важны для операций по восстановлению поврежденного металла – рихтовочных приспособлений и ступелей.

Самая нелюбимая операция

Процесс нанесения и обработки шпатлевки не снискал у мастеров большой любви. Грязно, пыльно и долго.

Критерии оптимизации этой операции мы указали в порядке снижения значимости.

Безусловно, наиболее важны профессиональные навыки подготовщика, от которых зависит не только конечный результат, но и затраченное время. Немаловажна и марка применяемой шпатлевки, и ее качество. Не меньшую роль играет ассортимент приспособлений и абразивных материалов для нанесения и обработки шпатлевки.

Теперь о времени. Средняя продолжительность высыхания шпатлевки – около получаса. При незначительных ремонтах – непозволительная роскошь, а в окрасочной камере шпатлевку сушить не станешь.

Применение ИК-сушек для зашпатлеванных поверхностей – логичное и обоснованное решение. Пять-семь минут в сравнении с тридцатью – какие могут быть сомнения? Нанесение шпатлевки слой за слоем с небольшим промежутком времени без шлифования то-

же заметно ускоряет эту операцию.

Грунтование

Здесь все просто. Время высыхания грунтов-наполнителей – основной ресурс оптимизации. Напомним, среднее число ремонтируемых элементов – 2,4 – позволяет применять ИК-сушки так же часто, как и при шпатлевании. Плюс применение быстросохнущих грунтов-наполнителей, добавок-ускорителей высыхания, быстрых растворителей.

Сокрытие неокрашиваемого

Маскировка неокрашиваемых мест – поистине операция, отнимающая небоснованно много времени. Если, например, полная окраска автомобиля занимает не более полутора часов, то на его оклейку один человек потратит часа три-четыре.

Как оптимизировать это действие, не требующее особого профессионализма?

В некоторых автосервисах его выполняет молодой перспективный ученик, занимающийся не только оклейкой, но и другими несложными вспомогательными операциями: разборкой-сборкой, обезжириванием, приготовлением продуктов и т. п. Его время, естественно, дешевле рабочего времени маляра. Но человек юн, перспективен, при этом учится и получает жалование.

Безусловно, современное предложение материалов для оклейки не ограничено малярной лентой и полиэтиленовыми пакетами 4х5 метров. Специальная статическая заряженная пленка или гладкая бумага в рулонах различной ширины в комплекте со скотчем, поролоновые валики, пластиковые ленты для отгибания резиновых уплотнителей, маскировочные жидкости и многое другое в комплексе позволят сэкономить время на маскировку. Минута к минуте...

Самая любимая операция

Собственно, окраска – процесс ответственный, но, как правило, времени требующий немного. Хотя нельзя забывать один важный фактор: приготовление нужного оттенка краски. Зачастую на подбор краски тратится больше времени, чем на ее нанесение.

Прогрессивная система подбора цвета с инструментарием, позволяющим максимально быстро и точно находить подходящий оттенок, – существенный критерий оптимизации окраски. Человеческий глаз – совершенный природный анализатор. Подавляющее большинство клиентов далеки от знаний технологий окраски и могут не заме-

тить незначительных погрешностей восстановленной поверхности кузовного элемента или несколько соринков в слое лака, но различия в цвете видят всегда. Безусловно, технологии «переходов» сводят этот риск к минимуму. Но даже в этом случае выбранный оттенок должен быть максимально близок к оригинальному.

Клиент может не увидеть места перехода, но просто скажет, что с одной стороны элемент иного оттенка, чем с другой. Стоить учитывать и технологические свойства краски, позволяющие сократить время окраски: укрывающую способность и межслойную выдержку.

Другой эффективный путь ускорения – максимально возможное применение техники нанесения «мокрое на мокрое». По статистике многих СТО, количество заменяемых поврежденных элементов на новые достигает порой 40%. Тратить время на нанесение, сушку и шлифование грунта на новых деталях нелогично.

Наконец, среднее количество окрасок в камере за одну смену может доходить до восьми и более, примерно столько же раз наносится грунт. Мойка пульверизатора каждый раз отнимает не менее 10 минут. Автоматическая мойка для окрасочных пистолетов – еще один способ оптимизации.

Окружим машину теплом!

Лак, высушенный в камере или ИК-сушкой, имеет более высокие прочностные и визуальные характеристики, чем выдержанный в естественных условиях. А что уж говорить о затратах времени! Так что не жалейте солярки!

Но оптимизировать этот процесс необходимо. Можно использовать весь объем нагреваемого в камере пространства максимально эффективно, занося в нее в цикле сушки, например, снятые загрунтованные элементы, делать одновременную окраску деталей от разных машин и т. д.

Правда, иной раз такая оптимизация бывает излишне экономной. Нагрев включается не на полный цикл, а на не-

сколько минут. Краска за короткий промежуток нагрева становится лишь стойкой к пыли. Взгляните на график – своих заложенных технологических характеристик она достигнет нескоро.

Не стоит забывать и о быстросохнущих красках и лаках, добавках-ускорителях высыхания. Как отмечалось, сушить надо, но существенно – выдерживать в камере стандартный лак полчаса при 60°C до достижения им своих технологических свойств или 15 минут – быстросохнущий.

Лишняя операция

Нанести слой защитной политуры на свежеекрашенный и высушенный автомобиль – похвально и уж совсем недолго. Значительно дольше придется удалять основной дефект окраски – сорность. Одно дело убрать пару соринков, другое – полная перешлифовка и полировка детали. Нет ничего более раздражающего и нетехнологичного! Да еще на операцию, без которой можно обойтись, уходит масса времени.

Мойка автомобиля перед началом ремонта, аккуратная оклейка, тщательный обдув перед окраской, малярный комбинезон, регулярное обслуживание камеры, своевременная замена фильтров – вот несложный перечень педантичных действий, ведущих к оптимизации.

Всю информацию – в базу данных

Возвращая автомобиль, не стоит раз и навсегда прощаться с клиентом, удовлетворенным ремонтом. Никто не застрахован от возникновения повода вернуться на сервис. А учитывая качество, стоимость и сроки ремонта – именно на ваш!

И в таких случаях была бы совсем не лишней короткая запись с номером краски, оставленная в базе данных выполненных ремонтов. Впрочем, как и любая иная информация, позволяющая в случае следующего визита сократить время на повторный поиск.

Время – основной критерий оптимизации

Но как много факторов он включает в себя! Чтобы стать лучшим, мы посоветовали нашему партнеру самый быстрый путь оптимизации – экономии времени!

Даже при поверхностном знакомстве с этим материалом становится очевидным тот факт, что путь к успеху лежит только через оптимизацию, тем более что и само слово «оптимизация» означает «улучшение» от латинского «optima» – лучший.

Олег Данько

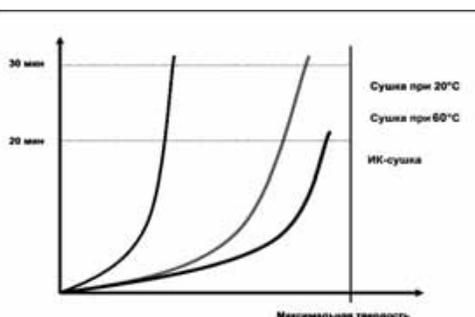
Источник: «Кузов», №9/2007-08,



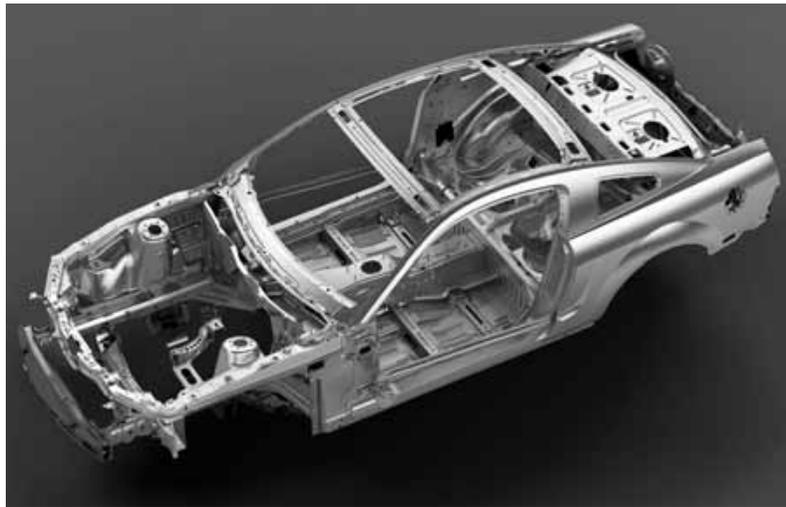
Конечно, любую операцию можно проделать с помощью только отвертки и молотка. Вопрос в том, сколько это займет времени и что получим в результате?

Нужно обладать поистине феноменальной памятью, чтобы после сложного демонтажа, заглядывая в ящик или банку, полную винтиков, болтиков и гаек, точно определить, какие из них и куда установить. Всем известна шутка: «сборка произведена правильно, если не осталось лишних деталей».

«А я при чем, если камера сорит?» – главный аргумент маляров, оправдывающих банальную собственную неаккуратность.



Типы автомобильных кузовов



Несмотря на существование, казалось бы, очевидных критериев для классификации кузовов автомобилей, некоторая путаница в их типологии все же есть. С чем это связано, а также, собственно, какие виды кузова выделяют специалисты, предлагаем ознакомиться в материале, предоставленном Олегом Хмелюком, руководителем отдела продукт-менеджмента компании «Форма Партс».

Наиболее очевидным критерием классификации кузовов автомобилей является пространственная композиция, сочетание трех объемов: пассажирского салона, двигателя и багажного отделения.

Сегодня самым популярным остается закрытый тип кузова, представляющий собой сочетание трех выше оговоренных изолированных объемов. Построенный по такой схеме, он называется **«трехобъемным»**.

«Двухобъемные» кузова возникли из желания конструкторов более рационально использовать внутреннее пространство автомобиля. Пассажирский салон и багажник объединены здесь в одно целое.

И, наконец, третий тип – **«однообъемный»**, или, как его величали раньше, «вагонный». В советской терминологии «однообъемники» называли микроавтобусами, а в народе – «рафиками».

Не менее важны для классификации кузова – количество мест и общее число дверей автомобиля. Крышку багажника «двухобъемных» и «однообъемных» кузовов тоже называют дверью, и не только

из-за больших размеров: в ряде случаев она служит для посадки пассажиров в салон, на третий ряд сидений, боком или спиной к направлению движения.

Кузова легковых автомобилей по назначению разделяются на пассажирские и грузопассажирские.

Кузова со стационарной крышей классифицируются по следующим особенностям при наличии или отсутствии:

- 1 – центральной боковой стойки;
- 2 – двери в задней панели кузова;
- 3 – перегородки с окном между пассажирским салоном и местом водителя;
- 4 – изолированного грузового отсека.

Для кузовов со складной крышей важен способ открывания боковых окон, а для частично открываемых крыш – какая именно часть складывается или снимается.

Казалось бы, с типологией кузовов не должно возникнуть никаких проблем. Но некоторая путаница в классификации все же есть. Так, часто границы между двумя, а то и тремя видами кузовов размыты или весьма условны. К тому же хаос в кузовной номенклатуре связан и с лингвистическими особенностями – в разных странах один и тот же тип может называться по-разному. Многие типы – «фиакра», «тонно», «визави», «досадо» – канули в Лету. Меняются термины. Кто сейчас знает, что такое «хардтоп»? Один из вариантов – это закрытый двухдверный кузов без центральной боковой стойки. Сейчас он очень популярен, но именуется по-иному: «купе» или «спорт-купе». Кстати, о термине «спорт». Хотя официального «статуса» он не имеет, в последнее время это слово все чаще прибавляется к таким солидным названиям, как «седан», «универсал» и даже «пикап». Отличаются такие кузова от «обычных» лишь более динамичным рисунком силуэта, агрессивной пластикой, спортивной и аэродинамической атрибутикой.

Многое зависит от уровня оценки функциональных способностей автомобиля. Купе, например, определяется стесненными посадочными местами во втором ряду сидений. А вы пробовали сесть на заднее сиденье «ушастого» ЗАЗ – 968? Да туда кошка с трудом проберется. И все же это седан. Ведь покупали его для целой семьи, и, значит, второй ряд сидений, несмотря на неудобный к нему доступ, был все-таки основным, а не дополнительным.

Да и сами производители рады «помочь». Например, термин «кроссовер», которым можно обозвать любой автомобиль, созданный на стыке классов. Наи-

более часто кроссоверами именуют универсалы с агрессивно-внедорожным дизайном, но с почти легковым шасси и списком оборудования длиной со средних размеров шоу-рум.

Впрочем, не стоит думать, что на кроссоверах новые типы кузовов закончатся. Приведенный ниже «маркетолого-русский словарь» наверняка еще пополнится новыми «кракозьябрами», над которыми придется ломать голову.

SUV – Sport Utility Vehicle. Дословно – «автомобиль спортивно-хозяйственного назначения». Чаще всего – универсал с «приспортивленным» дизайном на шасси повышенной проходимости с большим багажником. Сугубо американский термин. «Спорт» замешан в эту аббревиатуру, как правило, пущей привлекательности ради и ничего общего с гонками или быстрой ездой не имеет.

MPV – Multi-Purpose Vehicle – «многоцелевой автомобиль». Обычный минивэн. Первыми аббревиатуру применили в обозначении своей новой модели конструкторы Mazda MPV.

SAV – Sport Activity Vehicle. Однозначного перевода не имеет. Под это определение попадает и BMW X3 (он же – SUV, он же универсал, только повышенной проходимости), и Ford S-MAX, выросший из концепта Ford SAV. Презентованный в Париже концепт Skoda Joyster – хэтчбек со спортивными намеками и в дизайне, и в области применения, тоже может быть SAV.

УПВ – универсал повышенной вместимости. От компактвэна обычный человек отличит не всегда. Означает приподнятую крышу и (иногда) третий ряд сидений. Изначально термин УПВ – универсал повышенной вместимости – был придуман в Советском Союзе для обозначения минивэнов.

Компактвэн – минивэн на платформе автомобиля сегмента «С» по европейской классификации. Классический пример – Renault Scenic.

Далее обратимся непосредственно к классификации.

Автомобили со стационарной крышей (закрытый тип)

Седан. Трехобъемный пассажирский кузов с двумя или тремя рядами полноразмерных сидений, с двумя или четырьмя дверями с четко выраженным багажником. Заднее стекло на седане жестко закреплено и не поднимается. Обязательно наличие центральной стойки. Современный дизайн седана подразумевает более короткий багажник по сравнению с капотом. Такой кузов часто называют notch-ком – от notch, «выступ», «зазубрина».

Наиболее распространен среди автомобилей среднего класса, поскольку сочетает комфорт и представительность. Седан



нельзя использовать в качестве полугрузового автомобиля – он приспособлен исключительно для перевозки пассажиров. Кузов типа седан считается самым комфортабельным и престижным (после лимузина), поскольку пассажирский салон полностью отделен от багажного отделения, а пассажиры находятся ближе к середине базы, где влияние раскочки кузова минимально – в так называемой зоне комфорта. С термином «седан» наибольшая путаница.

По одной версии, его корни уходят в Древнюю Грецию, где седаном называлась парадная разновидность паланкина – императорских носилок. По другой, слово происходит от итальянского «sede» – кресло. Согласно третьей, этот тип кузова получил свое название в честь одноименного французского города, славившегося своими каретных дел мастерами. Сами же французы (потерпевшие под Седаном сокрушительное поражение от немцев) данным термином не пользуются, называя седаны на итальянский манер – berline (berlina – «каре́та»). Кстати, в Польше такой кузов часто называют kareta. Окончательно все запутали обычно пунктуальные и рассудительные арийцы: в Германии все закрытые кузова и в том числе седаны огульно называют лимузинами, хотя в остальном мире этот термин обозначает четко определенный тип кузова.

Кузов без центральной боковой стойки называют «хардтоп». Различают две модификации хардтопов: хардтоп-седан (4 двери) и хардтоп-купе (две двери). Хардтоп-седан практически не выпускается из-за слабой прочности крыши при опрокидывании автомобиля.

В некоторых странах седаны имеют собственные названия: в Великобритании – coach, в США – tudor (two doors) в странах Западной Европы и Японии – sportsalon.

Иностранные термины:

USA – sedan
GB – saloon
F – berline
I – berlina
D – limousine
A – werdine
PI – kareta

Седан является наиболее распространенным типом кузова среди легковых автомобилей. В 1950-е – начале 1960-х годов было модно делать багажник такой же длины или даже длиннее, чем капот. С середины 1960-х годов багажник постепенно уменьшался. Современный дизайн седана подразумевает более короткий багажник по сравнению с капотом.



Основная отличительная черта лимузина – наличие перегородки между рядами сидений. Длина автомобиля является второстепенным определяющим фактором типа кузова.

Лимузин. Трехобъемный пассажирский кузов с двумя или тремя рядами основных (полноразмерных) сидений четырьмя или шестью боковыми дверями. Отличие от седана: наличие застекленной перегородки между первым и вторым рядом сидений. При трехрядной компоновке салона второй ряд сидений может быть складной (страпонтены), либо расположен спиной к направлению движения. Трехрядный лимузин имеет собственное название: pullman. В ряде стран на базе лимузинов выпускают универсалы. Например, для ритуальных услуг или карет «скорой помощи». Иногда ставят знак равенства между лимузинами и стретчами (stretch – растягивать) – автомобилями с существенно увеличенными длиной и колесной базой. Это неверно, так как термин «стретч» никакой информации о типе кузова не несет.

По одной из версий, название происходит от французской провинции Лимузен, у жителей которой в моде были удлиненные капюшоны. Второе обозначение этих машин – pullman – связано с именем американца Джорджа Пульмана, производившего в 19-м веке комфортабельные вагоны.

Купе. Трехобъемный или двухобъемный пассажирский кузов с двумя боковыми дверями и двумя или одним рядом сидений. Отличие от седана: второй ряд сидений (если он есть) имеет стесненные посадочные размеры, на которых могут сидеть свободно только дети, собаки или чемоданы (т.н. схема «2+2»). Отличить купе от седана очень «просто» – измеряем объем салона в районе второго ряда сидений. Если он не более 0,93 м³ – это купе. В целом купе – автомобиль для двоих. Они бывают дорогими скоростными машинами или, наоборот, – компактными автомобильчиками городского типа.

Подчеркнем, что двухдверный седан –



это еще не купе. В последнее время стали появляться четырехдверные купе (например, Mercedes-Benz CLS).

Слово «купе» – производное от французского глагола couper – «отрезать». Однокоренные слова – купон, купировать. Изначально так назывались двухдверные седаны изготовленные на укороченной базе обычных четырехдверных. В Италии этот кузов так и называют berlinetta – буквально «седанчик». А вот если вы обладатель аппарата (цитируя классификацию FIA) «с одной или более дверью на каждой стороне, и минимум два места расположенных по одному на каждой стороне продольной геометрической оси автомобиля. Автомобиль должен быть юридически свободным на дорогах общего пользования, и приспособленный для гоночных треков» то ваше го «коня» назовут gran turismo.

В 90-е, в ответ на всплеск популярности универсалов, из забытых всплыли спортивно-хозяйственные купе с почти вертикальной, как у универсалов, задней стенкой. В англоязычных странах их именуют sport wagon и station coupe. Купе с двумя боковыми окнами некоторые консервативные фирмы Великобритании и США называют 3/4 coupe и Victoria coupe соответственно.

Иностранные термины:

I -berlinetta, gran turismo

D – freissheck (3-х дверное купе)

GB – swingback (3-х дверное купе)

Универсал. Двухобъемный грузопасса-



жирский кузов с тремя или пятью дверями. Два или три ряда сидений. Главная примета универсала – удлиненная крыша и задняя дверь, которая открывается вместе со стеклом. Последние располагаются почти вертикально (достигается максимальный объем кузова) либо под небольшим наклоном (улучшается аэродинамика и внешний вид) – такие кузова называют «спортуниверсалами».

Второй признак универсала – возмож-

ность трансформации задней части кузова путем складывания всех рядов сидений, кроме первого. Фактически представляет собой фургон с остекленными боковинами и складными сиденьями.

Авторство данного кузова приписывается американцам, они же и являются основными «потребителями» таких моделей. Львиная доля внедорожников также имеют этот тип кузова.

Название «универсал» данный тип кузова позаимствовал у грузопассажирских автомобилей начала XX века, которые развозили пассажиров и багаж от железнодорожных станций.

У ряда фирм этот вид кузова имеет собственное обозначение: Audi – avant, VW – variant, Ford – tournir, Opel – caravan, Renault – grandtour, Nissan – travel, Honda – aerodeck, Rover – tourer.

Иностранные термины:

USA, EU, J – station wagon

D – kombi

F – break

I – familiare

GB – estate

Хэтчбек. Двухобъемный пассажирский кузов с тремя или пятью дверями и двумя рядами сидений (второй ряд складываю-



щийся) с покатою задней дверью. Собственно, покатая форма задней части крыши и задней двери отличает универсал от хэтчбека. Другое отличие от универсала – при разложенных сиденьях багажник отделен от салона перегородкой – подоконником. Имя кузову составлено из английских hatch – «люк» и back – «задний». Автомобиль для тех, кому не хватает багажного отсека седана, а универсал ассоциируется с «грузовиком». Появляются хэтчбеки с вертикальной задней стенкой, почти не отличающиеся от универсалов. В немецкоязычных странах они обозначаются как Schrageheck (с нем. – «шкафообразный задок»). Другое название кузова – «комби» (комбинированный из седана и универсала), у нас не прижилось, даже несмотря на многолетний выпуск модели «ИЖ-комби».

На сегодняшний день уже почти исчез непрактичный предшественник фастбек, люк багажника которого не объединен с задним стеклом (заднее стекло неподвижное): ГАЗ «Победа». Еще более древний родственник – кузов «тонно», в кото-



рый входили сзади. Помните сцену из «Золотого тельца», когда «... машина рванулась, и в открывшуюся дверцу выпал Балаганов»?

Иностранные термины:

D – kombi

NL, SUI – Hegkleppen

Лифтбек. Конструктивно тот же хэтчбек. Но эта его разновидность имеет характерную особенность: пятая дверь изогнута в виде ступеньки. Поэтому и называется liftback – «поднимающаяся корма». Это делает машину очень похожей внешне на седан. Впервые термин liftback применила компания Toyota, когда перед ней встала задача как-то различать два хэтчбека Corolla, один из которых имел очень короткий и резкий задний свес, другой – заметно более пологий и длинный. Вот последний-то и назвали лифтбеком.

Иностранные термины:

D – stufenheck

USA – notchback

УПВ (Универсал повышенной вместимости). Закрытый однообъемный грузопассажирский кузов с тремя, реже двумя рядами сидений. Возможное число боковых дверей: 2-3-4. Отличаются просторным высоким салоном и широкими возможностями трансформации кресел. Более привычное название – минивэн (с англ. «малый фургон»). Наиболее крупные представители из этого класса приближаются размерами к микроавтобусам.



Флагман чешской компании Skoda – модель Superb, выпускается и в типе кузова «лифтбек».

Первым УПВ считают Fiat Multipla.

Иностранные термины:

Minivan, MPV

F – monospace

CDN – people carrier

USA -people mover



Бескапотный кузов. Однообъемный пассажирский кузов, центр рулевого колеса которого находится перед передней осью автомобиля. Многочисленные японские и корейские «малыши» вагонной компоновки подходят под это определение. Минимум места на дороге, максимум места в салоне.

Фургон. Двухобъемный грузопассажирский кузов с одним или двумя рядами сидений. Второй ряд, как правило, отличается стесненными посадочными размерами (схема «2+1» или «2+2»). Боковых дверей две или три. Одна из них предназначена для грузового помещения, которое отделяется от места водителя жесткой перегородкой. В задней стенке кузова еще одна грузовая дверь.

Иностранные термины:

USA, GB – Van

D – Kastenwagen

F – Fourgonette

Пикап. Грузопассажирский кузов с закрытой кабиной для водителя и пасса-



ский кузов со складывающимся верхом, двумя боковыми дверями и одним (реже – двумя) рядами сидений. Второй ряд сидений отличается стесненными посадочными размерами (схема «2+1» или «2+2»). Гонимые модели начала XX века имели именно такой кузов. Привод у большинства родстеров задний, что позволяет максимально использовать сцепное усилие при старте. Кроме того, задний привод – дань традиции и способ получения удовольствия от езды с управляемым заносом.

Кабриолет – пассажирский кузов со складывающимся верхом и опускаемыми боковыми стеклами. Боковых дверей две, четыре или шесть, два или три ряда сидений. Возможны модификации: кабриолет-лимузин с остекленной перегородкой за первым рядом сидений и кабриолет-хардтоп – со съемным жестким верхом. Кроме того, кабриолет может оборудоваться дугой безопасности в районе центральной боковой стойки.

Фазтон – (Phaeton, Convertible) – автомобиль со съемными боковыми стеклами. Все остальные параметры – как у кузова «кабриолет». Разновидность – фазтон-универсал (Universal Mehrzweck Fahrzeug). Пример, – УАЗ-469 и ЛуАЗ -969. Подобную конструкцию обрекли на вымирание жесткие нормы безопасности при опрокидывании. Зато сейчас все большей популярностью пользуются «пляжные» открытые джипы-пикапы.

Легковые автомобили с частично складывающимся или частично съемным верхом (комбинированный тип)

Брогам (Brougham, Coupe de Ville) – пассажирский кузов со складной или съемной частью крыши над передним рядом сидений, четырьмя боковыми дверями. Двухдверная версия «купе де виль» в настоящее время практически не встречается. Как правило, кузова брогам являются модификацией кузовов типа лимузин.

Ландо (Loundoulet) – пассажирский кузов со складной или съемной частью крыши над задним рядом сидений и четырьмя боковыми дверями. Двухдверная версия тоже почти полностью осталась в прошлом. Все остальные параметры – как у кузова брогам.

Тарга – пассажирский кузов типа купе со складной или съемной частью крыши над первым рядом сидений. В конструкции крыши возможны варианты. Например, так называемая «Т-образная» крыша – с центральной, продольной балкой, разделяющей съемную часть на две половины. Впервые этот термин ввела компания Porsche в 1966-м после гонки Targa Fiorino. ■



Баркета



Родстер



Кабриолет



Фазтон



Брогам



Ландо



Тарга

жиров и открытой бортовой платформой для груза. Кабина может быть оборудована двумя, тремя или четырьмя боковыми дверями и иметь один или два ряда сидений по схеме «2+1», «2+2» или «2+3». У грузовой платформы откидной задний борт. С английского Pick-up переводится как «подбирать», «подхватывать». Классифицируется как комбинированный тип кузова.

Легковые автомобили без крыши, со складывающимся верхом или съемной жесткой крышей (открытый тип).

Баркетта – пассажирский кузов без крыши, с одним рядом сидений и двумя боковыми дверями. В отдельных случаях боковые дверные проемы могут отсутствовать. Лобовое стекло выполняется минимальным по высоте, складным или может не устанавливаться вообще.

Родстер (Roadster, Spider) – пассажир-

ОКРАСОЧНО - СУШИЛЬНЫЕ КАМЕРЫ "FIRAT"



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

e-mail: info@pokkam.com
www.pokkam.com

г. Симферополь
ул. Кубанская, 22
тел.: (0652) 25-34-56, (050) 582-08-35

U-ROL



Лакофарбові
матеріали та засоби для
кузовного ремонту
автомобіля

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



АВТОФАРБА - УКРАЇНА

для СТО :

- система підбору автофарб
- обладнання для фарбування
- підготовка персоналу



м. Рівне, вул. Крейдяна, 50, тел.: (067) 362-36-55
www.autofarba.com, e-mail: autofarba@yahoo.com

3M Матеріали для авторемонту

Нова полірувальна система 3M™ «КОЛОРО КОД»



3M «Колор Код» -
заощаджує ваш ЧАС
та ГРОШІ!

Комплексна система полірування «Колор Код» дозволяє відполірувати лакофарбове покриття та видалити практично будь-які дефекти з легкістю та впевненістю у блискучому результаті.

- Неперевершений результат за два кроки.
- Високоєфективні пасти нового покоління.
- Швидкий блиск на всіх лаках.
- Зручна кольорова прив'язка аксесуарів до паст.
- Новий зелений полірувальник з підвищеною витривалістю.

3M



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

- Системы подбора автоэмалей MOBHEL для всех видов покрытий, техническая поддержка и обучение.
- Автоэмали MOBHEL готовых цветов (алкидные, акриловые, металлики), широкий спектр цветовой гаммы.
- 2K акриловые лаки MOBHEL.
- ПЭ шпатлевки, 2K и 1K грунтовки для поверхностей всех типов, отвердители, разбавители, добавки MOBHEL.
- Материалы для окраски «переходом», окраски пластика, материалы PRESTIGE серии (хамелеон).
- Абразивные материалы SMIRDEX (Греция), малярные ленты, сварочная проволока, покрасочный инструмент, Материалы для полировки 3М.
- Высококачественная спецодежда для маляров и колористов.

Дилерская сеть и система доставки по всей Украине.

Тел./факс: 8 (061) 213-85-92



MOBHEL®


HELIOS

WWW.MOBHEL.UA