№8(146) 2016

Автоинструкция

ЖУРНАЛ ДЛЯ АВТОСПЕЦИАЛИСТОВ

ВолгаАвтоПром
СДЕЛАНО В РОССИИ

КАЧЕСТВО ГАРАНТИРОВАНО

ПАРТНЕРЫ ПО КАЧЕСТВУ.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОГРАММЫ.

Партнеры по качеству – программа, устанавливающая высокие стандарты в области сервисного обслуживания автомобилей BMW. Компания BMW Group Russia предлагает Вам оригинальные запасные части и аксессуары на специальных условиях, а также техническую консультационную поддержку в решении особо сложных ситуаций, возникающих при ремонте и обслуживании автомобилей BMW.

ОРИГИНАЛЬНЫЕ ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ BMW.

Точность и функциональность до мельчайших деталей: оригинальные запасные части BMW соответствуют тем же стандартам качества, что и автомобили BMW, буквально во всем — от конструктивных чертежей до контроля качества. Точная и высококачественная конструкция аккумуляторов и каждой кузовной запасной части BMW гарантирует безупречную совместную работу всех компонентов автомобиля BMW, что обеспечит максимальные характеристики эксплуатации, безопасности и срока службы.

Заказ запасных частей и аксессуаров.
Вы можете передать заказы по телефону, факсу, электронной почте или лично обратиться к официальному дилеру BMW, участвующему в программе и получить необходимые Вам запасные части прямо со склада дилера.

Выгодные условия покупки запасных частей и аксессуаров.
- Привлекательные цены.
- Индивидуальные условия приобретения.
- Специальные предложения.
- Гибкие способы оплаты.

Официальные дилеры BMW всегда готовы предложить Вам техническую поддержку при решении особо сложных ситуаций, возникающих при ремонте автомобилей BMW.

Техническая поддержка.
Официальные дилеры BMW всегда готовы придти к Вам на помощь:
- Практические рекомендации по монтажу и отладке, техническая поддержка
- Помощь при сложном ремонте

Поддержка on-line.
- Индивидуальный доступ в онлайн-каталог запасных частей ETK.
- Рекомендации по проведению ремонта, регулярная информация о новых характеристиках и об изменениях ассортимента.
- Онлайн-информация о предложениях и проводимых акциях.
- Инструкции по монтажу аксессуаров дооснащения (EBA).

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ.

Присоединяйтесь к программе «Партнеры по качеству»: Вас ждет работа в дружной команде профессионалов высокого класса и налаженное сотрудничество в вопросах поставки оригинальных запасных частей BMW. Официальные дилеры BMW станут для вас надежными помощниками в решении всех вопросов, связанных с ремонтом и сервисным обслуживанием автомобилей BMW в Вашей мастерской – от заказа и поставки запасных частей до личных консультаций и специализированной технической поддержки.

Условия действия программы «Партнеры по качеству» уточняйте на www.bmw.ru или у официальных дилеров BMW.
Перепечатка, в том числе фрагментов, возможна только с письменного разрешения ООО «БМВ Русланд Трейдинг».

УСПЕХ В ДЕТАЛЯХ.

ПРОГРАММА «ПАРТНЕРЫ ПО КАЧЕСТВУ». СОТРУДНИЧЕСТВО С НЕЗАВИСИМЫМИ СЕРВИСНЫМИ СТАНЦИЯМИ.

Оригинальные запасные части и сервис BMW

www.bmw.ru

С удовольствием за рулем

Высокое качество автомобилей BMW возможно поддерживать только при условии использования оригинальных запасных частей от производителя. BMW в России представляет программу «Партнеры по качеству», устанавливающую новые стандарты в области сервисного обслуживания. Официальные дилеры BMW приглашают к сотрудничеству независимые автомастерские, предлагая содействие в решении вопросов приобретения оригинальных запасных частей и аксессуаров на специальных условиях, а также для оказания технической и консультационной поддержки при ремонте и обслуживании автомобилей BMW. Программа «Партнеры по качеству» предоставляет участникам множество преимуществ, основным из которых являются выгодные условия партнерства, позволяющие вывести бизнес на новый уровень. Для получения дополнительной информации по программе обратитесь к официальному дилеру BMW или посетите страницу, посвященную программе, на www.bmw.ru и заполните контактную форму.

Горячая линия BMW: 8 800 550 88 00

Реклама

RAVENOL 70 ЛЕТ

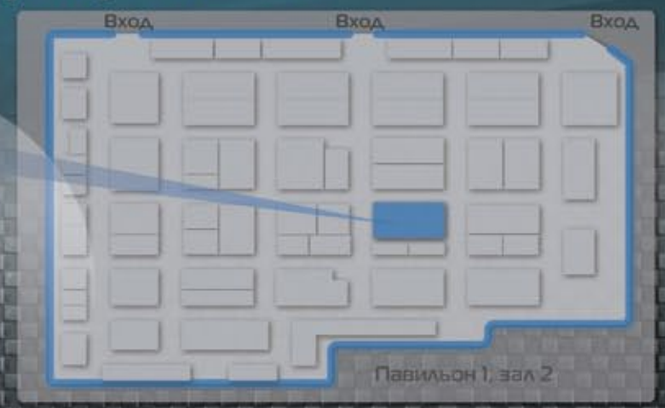
Новые продукты
Технические инновации

ПАО 100%

12-я международная выставка автомобильной индустрии «ИНТЕРАВТО»

25.28 августа

МВЦ «Крокус Экспо»



RAVENOL

Павильон 1
зал 2
стенд Н430

RAVENOL FDS SAE 5W-30

- Масло полностью на **ПАО**.
- Официальный допуск: **Ford** и **Renault**.
- Температура замерзания: **-51°C**.
- Рекомендовано для двигателей автомобилей, требующих моторных масел уровня качества **ACEA A5/B5** — **Hyundai**, **KIA**, **Toyota**, **Nissan**, **Mazda**.

RAVENOL EFS SAE 0W-20

- Низкозольное масло полностью на **ПАО**.
- Официальный допуск: **VOLVO VCC RBS0-2AE**.
- Температура замерзания: **-63°C**.
- Рецептура масла минимизирует вероятность преждевременного воспламенения **LSPI** (Low Speed Pre-Ignition).
- Рекомендовано для двигателей автомобилей, требующих моторных масел уровня качества **ACEA C2** — **Honda**, **Nissan**, **MAZDA**, **Suzuki**, **Toyota**.

RAVENOL DXG SAE 5W-30

- Масло полностью на **ПАО**.
- Температура замерзания: **-57°C**.
- Рецептура масла минимизирует вероятность преждевременного воспламенения **LSPI** (Low Speed Pre-Ignition)
- Рекомендовано для турбированных бензиновых двигателей с непосредственным впрыском **T-GDI**, требующих моторных масел уровня качества **DEXOS 1**, **Ford WSS-M2C946-A**, **Ford WSS-M2C929-A**, **Chrysler MS-6395**, **ILSAC GF-5**, **API SN**.

MADE IN GERMANY SINCE 1949

Мы будем рады видеть вас по адресу:
Выставочный центр «Крокус Экспо» в Крокус Сити
1 павильон, 2 зал, стенд Н430
Московская область, г. Красногорск, 65-66 км МКАД,
станция метро «Мякинино»

VITEX®
SYNTHETIC MOTOR OIL
5W50
Racing
VITEX
RACING
Vitex Racing 5W50
синтетическое моторное масло
для гоночных двигателей
GERMAN POWER ADDITIVES
www.vitex.mobi

What's new?

Лето для кабриолета

Эти автомобили знают и любят все, кроме погоды. Несмотря на их откровенную «неуниверсальность» и зачастую более высокую стоимость по сравнению с аналогами, они пользуются неизменной популярностью не только в жарких и экваториальных странах, но и у нас в России, а также во всем мире. Поэтому автопроизводители не забывают о любителях провести лето за рулем, но без кондиционера, и неустанно занимаются разработкой новых кабриолетов и родстеров.

Volkswagen T-Cross Breeze Concept

Volkswagen T-Cross Breeze Concep

Эта модель является прообразом самого компактного кроссовера в линейке компании, который должен появиться в ближайшем будущем. Новинка комплектуется 1,0-литровым трехцилиндровым двигателем мощностью 110 лошадиных сил и 175 Нм крутящим моментом. Мотор работает в паре с семиступенчатой роботизированной коробкой передач с двумя сцеплениями. Разгон до «сотни» у такого автомобиля составляет 10,3 секунды, а максимальная скорость — 118 км/ч.

Qiantu K50

Qiantu K50

Перед вами первый китайский суперкар, и он же электрическое 408-сильное спорткупе. Под капотом электрический мотор, обеспечивающим мощность в 400 лошадиных сил. Крутящий момент составляет 650 Нм. Тяга передаётся на задние колёса. Разгон с 0 до 100 км/ч происходит за 5 секунд, а максимальная скорость почему-то ограничена отметкой 200 км/ч, что не так уж много для спорткаров. Заявленный запас хода составляет приблизительно 200 км.

What's new?

Rolls Royce Dawn

Rolls Royce Dawn

Это откровенная роскошь материалов и ваша индивидуальность. К вашим услугам адаптивная головная оптика, активный круиз-контроль, мультимедийный комплекс с 10,25-дюймовым экраном и возможностью управления контроллером с сенсорной поверхностью, система распознавания животных и пешеходов. Ориентировочная цена кабриолета 26 500 000 рублей, но финальный ценник каждого конкретного экземпляра модели может сильно разниться, поскольку такие машины делают под заказ с учетом пожеланий и предпочтений клиента.

26 500 000 рублей
ориентировочная цена кабриолета

Крым

Сборка планируется на исторической родине новинки

Крым

Импортозамещение набирает обороты. И наряду с традиционными товарами в Крыму представили одноименную модель автомобиля. Стоит отметить, что её разработкой занимались специалисты из ведущих ВУЗов страны. Мощность обычной машины планируется 150–160 лошадей, а спортивной модификации 200. По замыслам разработчиков сборка планируется на исторической родине новинки. Конкурировать Крым будет с Smart Roadster, Toyota MR2 и дешевыми вариантами Porsche Boxster.

What's new?

Porsche 718 Boxster S

Porsche 718 Boxster S

Слуга прогресса и обновления. К слову, немецкий концерн планомерно переводит свои ключевые модели на турбомоторы. У нынешней модели оппозитные моторы с четырьмя цилиндрами: объемом 2,0 л (300 л.с., 380 Нм при 1950-4500 об/мин) и 2,5 л (350 л.с., 420 Нм при 1900–4500 об/мин). Наличие турбонаддува позволяет этим агрегатам быть более мощными (на 35 л.с.), тяговитыми (момент стал выше на 60–100 Нм), и экономичными (расход уменьшился на 13% — до 6,9–7,3 л/100 км).

на 13%
уменьшился расход топлива — до 6,9–7,3 л/100 км

SCANIA

SCANIA
125 ЛЕТ
ПРАВИМ
НА ДОРОГАХ.

Постоянный контроль качества и инновационный подход обеспечили нам выигрышные позиции на мировом рынке.

#scania125

Реклама. Товар сертифицирован.

КОРОТКО

Международные новости

$4,2 млрд экономии даст унификация стандартов автомобильной безопасности

Нужен стандарт безопасности US-EU

Если в набор документов Трансатлантического торгового партнёрства войдёт единый стандарт безопасности для автомобилей, произведённых в ЕС и США, это даст общую экономию $4,2 млрд, говорится в отчёте Центра автомобильных исследований CAR. Требования наблюдательных органов в Европе и Америке схожи, но отличия в нюансах приводят к росту налоговых издержек и сужают выбор для потребителей.

20% розничных продаж в США приходится на автомобили

Спор за наследство автопрома

Продажи автомобилей в Штатах после 7 лет роста выходят на стабильный уровень, говорится в прогнозе компании Credit Sights. Между тем, ситуация на международном рынке такова, что розничный рынок Америки продолжит расти, но аналитики пока не могут определить, какой сектор перехватит рост у автопроизводителей. Среди наиболее вероятных — недвижимость, рестораны и хобби.

74% покупателей готовы платить за обновление ПО автомобильного мультимедиа

«Железо» хотят бесплатно, а за «софт» платят

Опрос автовладельцев IHS Automotive в США, Китае, Германии и Великобритании выявил, что те охотнее доплачивают за загрузки программного обеспечения для автомобильных систем, чем за «железные» опции, такие, как ADAS. Лишь США выбились из общей картины, здесь многие готовы платить $427–505 за электронные помощники водителя, остальные предпочитают видеть их в стандартном оборудовании. Зато навигационные, музыкальные, новостные и коммуникационные приложения пользователи с удовольствием покупают.

3–4 кратный рост прочности обещают нанополимеры из древесного вторсырья

Деревянные кузова вернутся

Команда в Международном центре автомобильных исследований университета Клемсона (США) начала работу над материалами для создания деталей автомобильного экстерьера. Исходный материал — отходы лесоводства — перерабатывается в пространственный нанополимер, более прочный, чем современные пластики, применяемые для бамперов, и при этом биоразлагаемый. Учёные надеются, что инновация поможет автопроизводителям лучше соответствовать требованиям по утилизации отходов.

цитата

Том Санзилло
финансовый директор Института экономико-финансового анализа энергетического сектора IEEFA

«В последние 30 лет нефтяная отрасль из доминанта мирового рынка капитала превратилась в изрядно потрёпанного — хотя всё ещё прибыльного — игрока. Долгосрочный прогноз на низкие цены на нефть ставит под вопрос способность нефтяных компаний достичь целей по возврату инвестиций, восстановить запасы, выплатить долги и исполнить обещания по дивидендам. Картина не полностью повторяет угольную отрасль, но основания для беспокойства существуют».

Российские новости

на 44% увеличилась средняя выплата по ОСАГО в январе-июне

Премии ОСАГО увеличились

2016 год дал страховщикам резкий рост рынка ОСАГО в денежном выражении. По данным Российского союза автостраховщиков, средняя выплата за 1 полугодие превысила 62 тыс. руб., что на 44% больше прошлогоднего показателя. Общий объём сегмента приблизился к 75 млрд руб., увеличившись на 34% — то есть, число страховых случаев несколько сократилось. Средняя премия страховой компании также выросла, но меньше — лишь на 21%. Наконец, число заключенных договоров выросло на 6%.

99,98% акций предприятия перешли к Сергею Щербакову

«Автотор» сменил владельца

По информации газеты «Ведомости», в апреле 2016 г. основатель калининградского сборочного предприятия «Автотор» Владимир Щербаков без большой огласки передал контроль над предприятием своему сыну Сергею Щербакову. Причины смены собственника не разглашаются. В I полугодии 2016 г. «Автотор» выпустил 42 тыс. автомобилей, на 4% меньше, чем в том же периоде прошлого года, при мощности производства 250 тыс. автомобилей в год.

1,8% составил рост продаж дизельных легковых автомобилей в 1 полугодии

Дизель набирает популярность

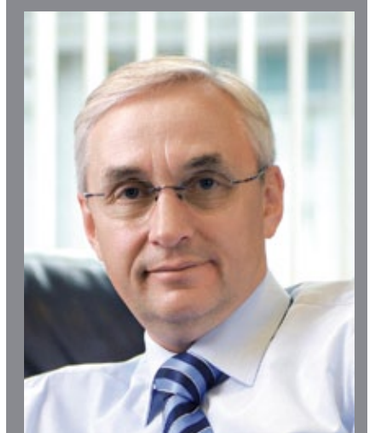
Доля новых дизельных авто в России выросла до 8%, сообщает АА «Автостат». Всего в I полугодии 2016 г. было продано 48,6 тыс. единиц. Продажи лидера сегмента Toyota Land Cruiser Prado остались практически на прежнем уровне (4426 единиц), что и год назад. Но его почти догнала Toyota Land Cruiser (4284 единицы, +75%); в 2 раза увеличилась и реализация Renault Duster (2660 шт.). Увеличилось и предложение дизельных моделей.

10000 авто в год экспортирует калужский завод VW

Начат экспорт Polo в Мексику

Седаны VW Polo, собранные в России, будут экспортироваться в Мексику, сообщают «Ведомости». Газета предположила, что до конца года поставки составят 2200 автомобилей, эти данные приводились в презентации Минпромторг РФ. Всего Volkswagen ежегодно экспортирует около 10 тыс. автомобилей, выпущенных на заводе в Калуге, в основном именно модели Polo.

цитата



Игорь Юргенс
президент Российского союза автостраховщиков

«Опережающий рост выплат по страховым случаям по отношению к премиям — результат комплексного изменения законодательства по ОСАГО. В частности, работают расширенные лимиты по “железу” и по жизни и здоровью, применяется новый упрощенный порядок получения выплат. Рост числа заключенных договоров обусловлен в том числе реализацией комплекса мер по повышению доступности услуги ОСАГО в проблемных регионах. Проблема доступности ОСАГО должна уйти в прошлое с запуском продаж электронных полисов в обязательном порядке для всех компаний с 2017 года»

TRW – Safety

TRW

Миссия: Завершена.
CORNER MODULE.

Как ведущий партнер автомобильной промышленности, мы предлагаем уникальную концепцию «Corner Module», объединяющую комплекс технологий: тормозную систему, рулевое управление и подвеску.

Благодаря новому ассортименту амортизаторов, пружинных рессор и защитных комплектов TRW, производимых на специализированном заводе в Европе, вы и ваши клиенты можете рассчитывать на качество продукции и технологические ноу-хау ведущего производителя оригинального оборудования. Узнайте больше о концепции «Corner Module» у местного представителя TRW или на нашем сайте.

CORNER MODULE
A TRW SYSTEM

www.trwaftermarket.com/cornermodule

Тормозная система. Рулевое управление. Подвеска

20 тыс. посетителей собрала выставка Reifen Tire

Доросла до «Автомеханики»

Крупнейшая в мире шинная выставка «Райфен» (Reifen Tire Trade Show) в последний раз прошла в Эссене, Германия, поставив новый рекорд масштаба — 675 участников из 43 стран и чуть менее 20 тысяч посетителей. 90% из них — лица, принимающие решение. Начиная с 2018 г. («Райфен» проводится раз в 2 года) шоу переместится во Франкфурт и присоединится к «Автомеханика Франкфурт». По опросам, 80% участников этого года заявятся снова, а из посетителей намерены приехать 90%.

Оливер Курт,
исполнительный директор Messe Essen

«Я рад столь позитивной реакции многих участников, уже строящих планы на «Райфен 2018» в параллели с «Автомеханикой». Во Франкфурте у них будет возможность «убить одним выстрелом двух зайцев», ведь такого формата еще ни у кого не было. В комплексе «Автомеханика/Райфен» объединятся новые секторы, рынки и люди: возникнут отличные перспективы для сектора шин и послепродажного обслуживания автомобилей. Многие организаторы подобных шоу поймут, что узконаправленные шинные выставки безнадежно устарели и требуют реформ».

Вольфганг Томале, руководитель отдела маркетинга и продаж шиномонтажного оборудования Continental региона Австрия/Германия/Швейцария

«Мы воспользовались «Райфен», чтобы представить лучшие образцы нашего мультибрендового набора продуктов и сервисов из всех сфер бизнеса, включая систему мониторинга давления в шинах VDO и собственный сервис страхования Conti Insurance. В Эссене была масса отличных переговоров с покупателями и медиа-специалистами со всего мира. Вот почему мы весьма уверены, что держим в голове правильную маркетинговую концепцию и на вторую половину года».

Стефан Нунгесс, директор Zenises Europe по региону Центральная Европа

«Мы полностью довольны тем, как проводилась «Райфен» на площадке в Эссене. В первые три дня в первую очередь подходила клиентура нашего международного бизнеса. Лучшим моментом выставки стало включение наших шин Z-tyre в книгу рекордов Гиннесса. Многие дилеры также были восхищены идеей рассрочки с нулевой процентной ставкой и прямо на выставке подписывали контракты на открытие магазинов Z-store».

Маурин Вортман, директор по маркетингу Heuver Tyrewholesale

«На наш взгляд, в сравнении с 2014 годом число и качество посещений снова выросло. У нас получилось завоевать много новых бизнес-партнёров в разных странах. «Райфен» — самая важная торговая выставка для нас».

Дирк Реурслаг, директор по продажам промышленных решений VMI Group

«Мы рассматриваем шоу как важную платформу, чтобы представить рынку новые продукты. Многие иностранные посетители проявили большой интерес к инновациям. И «Райфен» дал нам для этого идеальную обстановку».

Матиас Кращ, директор по продажам шин Michelin региона Австрия/Германия/Швейцария

«Райфен» — исключительно подходящая платформа, чтобы встретить всю отрасль. Здесь все наши важные партнёры. Престижность и международный имидж выставки, несомненно, одна из причин этого. На нашем стенде постоянный звук шагов».

Рынок автокосметики, средств ухода за автомобилем и авторемонтных материалов: спешить некуда

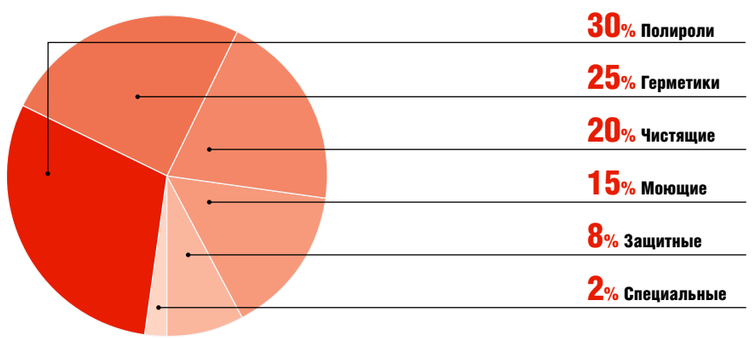
Текст: Евгений Новожилов

Российский рынок автомобильной косметики, средств ухода за автомобилем и ремонтных материалов имеет большой потенциал развития, но в настоящее время существенных изменений на рынке не происходит из-за слабых макроэкономических показателей и стагнации на авторынке.

Общий объём российского рынка автохимии порядка 200 млн долларов в год. Объём продаж на рынке средств ухода за автомобилем сокращается — в 2015 по сравнению с 2014 годом на 3–4%. Объём сегмента авторемонтных материалов около 100 млн долларов. Это сектор, по одним данным, всё ещё растёт, темпами от 3% в год, по другим данным, уже сокращается, как и большинство других рынков в РФ.

Рынки автокосметики и средств ухода за автомобилем в целом сформированы, основные группы продукции большинства мировых производителей представлены в полной мере. Видов средств ухода за автомобилем много — шампуни, воски, полироли, средства для очищения салона и панели автомобиля, специальные средства — для очистки от следов насекомых, воск с водоотталкивающим эффектом, средства для применения на натуральной коже, велюре, средства для ухода за бамперами и обработки покрышек.

Автокосметические средства, доли на рынке, %



В разных сегментах рынка до 90% средств автокосметики в России иностранного производства, порядка 80 наименований косметических средств по уходу за автомобилем российского производства. Рынок автохимии в рассматриваемых сегментах остаётся импортозависимым, по некоторым видам материалов импортозамещение возможно, но по большинству — нет, по крайней мере, в обозримом будущем — в России нет определённых видов сырья, соответствующего оборудования и технологий.

Наиболее востребованы на рынке полироли и герметики, что определяется ростом количества подержанных автомобилей в российском автопарке. Эти же машины обеспечивают стабильность рынка авторемонтных средств. При этом небольшой сегмент узкоспециальных средств сокращается.

Разнообразие видов автокосметики обеспечивает существование на рынке множества брендов, среди которых трудно выделить наиболее популярные. Тем не менее, по результатам опросов среди известных ТМ на рынке — Мегафорс, PRISMA, FORSAGE, KANGAROO, SIKA, PERMATEX, AdBLUE, SONAX, SINTEC, TOTEK и среди отечественных — продукция ЗАО «Эльф Филлинг», ООО «СИТРА-Т», «Рубикон», ОАО «Роснефтехим», компания GRASS. Отечественные предприятия поставляют преимущественно протирочные материалы, наборы для мойки и полировки, антиобледенители, импортная продукция занимает до 70% рынка.

Традиционно в российских магазинах широко представлена автокосметика и средства для ухода за автомобилем отечественных производителей noname, импортная продукция неизвестных ТМ и прямой контрафакт — и эти средства занимают от четверти рынка до 70%, по разным данным.

Сегмент рынка авторемонтных покрытий более чётко оформлен: на нём доминируют глобальные корпорации PPG, BASF и DuPont, каждая из которых удерживает примерно по 30% рассматриваемого сегмента и порядка 10% занимают российские компании. На российском рынке представлены все виды авторемонтных материалов, но

Потребление основных авторемонтных материалов, %

также точно неизвестна доля контрафакта и продукции не идентифицированных марок.

Кстати, в прошлом году производители автомобильной химии объединились в отраслевой союз «Союз производителей и потребителей автохимии» (СППА) для поддержки развития индустрии производства автомобильной химии. Участниками Союза могут быть любые организации и юридические лица, которые занимаются производством, контролем качества или испытанием различных автомобильных жидкостей в том числе иностранные компании, работающие в России.

Предполагается, что Союз будет внедрять стандарты качества автохимии в России, что является необходимым элементом борьбы с контрафактом. Возможно, деятельность Союза позволит хотя бы оценить долю контрафакта на российском рынке, в том числе в сегментах автокосметики, средств для ухода за автомобилем и авторемонтных материалов.

Факторы выбора

Условия на современном российском рынке автокосметики, средств ухода за автомобилем и авторемонтных материалов диктует потребитель. По разным подсчётам, от 50% до 70% покупателей при выборе средств и материалов в первую очередь обращают внимание на цену, и только потом на качество. Кстати,

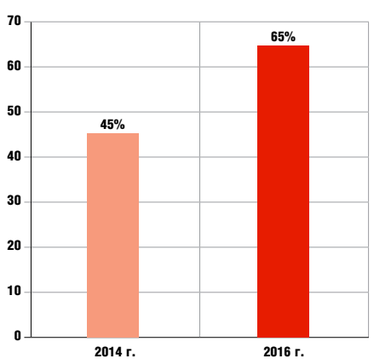
около двух лет назад предпочитали ориентироваться на стоимость продукции от 40% до 50% покупателей.

До 80% покупателей приобретают косметические средства для автомобилей раз в год. Порядка 70% покупателей приобретают полирующие и герметизирующие средства, в меньшей степени чистящие, моющие, защитные и вспомогательные средства по уходу за автомобилем. Характер рынка автокосметики и средств ухода определяется продукцией, которую ничем нельзя заменить, но применение её необходимо. На вспомогательных и защитных средствах автовладельцы готовы экономить. В частности, чистящие и моющие средства заменяются бытовыми средствами.

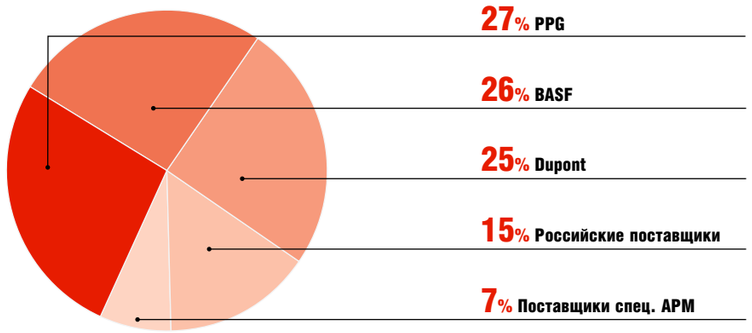
Большинство автовладельцев сейчас при выборе средств ухода доверяют собственному опыту, но около 30% больше доверяют мнению продавца или не уделяют особого внимания проблеме выбора. Ключевое структурное звено в реализации автокосметики и средств ухода — небольшая оптовая компания, обеспечивающая розничные продажи.

Происходит изменение ценовой структуры рынка в пользу бюджетных средств. По усреднённым подсчётам до 85% рынка занимают недорогие материалы, на средний и премиальный ценовой сегмент приходятся остальные 15%, конъюнктура рынка в целом ухудшается.

Рост предпочтения фактора цены при выборе автокосметики, % к прочим факторам



Авторемонтные материалы, доли производителей, %



Удешевление в ущерб качеству — характерная тенденция всех сегментов российского рынка автокомпонентов и расходных материалов. Сейчас участники рынка, производители и поставщики качественной продукции, пытаются удержать показатели продаж и доли рынка в борьбе с контрафактом.

Рынок авторемонтных материалов менее зависим от макроэкономической ситуации, но кризис на авторынке сказывается и на нём. Значительная доля авторемонтных материалов реализуется через СТО разных форматов. Изменение ценовой структуры ведёт не только к росту востребованности недорогих средств и материалов, но и выбору небольших СТО или гаражей, в ущерб крупным и авторизованным сервисам. «Гаражный» сервис не подразумевает применения дорогих материалов.

Таким образом, пока производство и продажи на авторынке сокращаются, конкуренция на рынке как автокосметики так и авторемонтных материалов остаётся на определённом уровне уже несколько лет, брендовая структура рынка не меняется, если не считать неизвестной доли контрафакта.

Прогноз

Нет причин ожидать положительных изменений на рынке автокосметики, средств ухода за автомобилем и авторемонтных материалов в близкой или среднесрочной перспективе. Напротив, ухудшение ситуации вполне вероятно. Возможно сокращение объёмов продаж и сокращение доли брендового импорта, рост доли отечественных производителей и контрафакта. Скорее всего, продолжится рост стоимости в ущерб качеству при выборе средств по уходу за автомобилем, сегмент базовых средств — полиролей, герметиков, чистящих средств, сегменты моющих средств, защитных и вспомогательных, узкоспециализированных продолжит сокращаться. Базовый сегмент поддержит рынок в целом, а мало востребованные средства постепенно исчезнут.

Авторемонтные материалы будут востребованы по-прежнему. Как и на рынок автокосметики, на него влияет стареющий автопарк и тот факт, что автовладельцы предпочитают ремонтировать автомобиль и лучше ухаживать за ним, а не менять на новый. Этому же способствуют и непреходящие российские факторы — снижение покупательской способности населения, плохие дороги, тяжёлый климат.

Потребители по мере сохранения ситуации на рынке будут всё больше экономить, и это будет способствовать изменениям в худшую сторону, и уже не только качественно, но и количественно. Подсчитано, что на сегодняшний день количество СТО для российского рынка избыточно, — их больше, чем нужно более чем в два раза. Правда, в то же время растёт объём рынка в денежном выражении, но это только отчасти связано с ростом востребованности услуг ремонта, в большей мере определяется ростом цен на ремонт, в том числе и на расходные материалы. ai

3ton AUTOCHEMICAL
Quality is the best policy
www.3ton.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АВТОХИМИЯ

мнение

Российский рынок автохимии

«В данный момент рынок меняется в сторону импортозамещения»

Светлана Мельникова
начальник отдела продаж ООО «Промтех», зам. генерального директора ЗАО «Поликомпласт-Сервис»

С каждым годом увеличивается количество автомобилей, следовательно растет потребность в хороших профессиональных средствах автохимии, которые увеличивают срок службы, позволяют надежно защитить лакокрасочное покрытие, бережно ухаживают за кузовом и салоном. В данный момент рынок меняется в сторону импортозамещения.

ЗАО «Поликомпласт-Сервис» — отечественный производитель автохимии, автокосметики и лакокрасочной продукции, с каждым годом расширяет свою линейку с учетом постоянно растущего спроса.

На производстве есть своя научная лаборатория. Специалисты постоянно работают на развитие и улучшение качества. В 2013 г. завод прошел сертификацию на соответствие требованиям ГОСТ ИСО 2001–2011. Залогом высокого качества производимой продукции является оснащенность предприятия высокотехнологичным оборудованием. Деятельность предприятия осуществляется на основании лицензии на эксплуатацию химически опасных производственных объектов ЭХ-01-007265, выданной 26 марта 2013 г. Федеральной службой по экологическому, технологическому и атомному надзору.

В нашей линейке присутствует большое количество антикоррозионных средств для обработки кузова, скрытых полостей, автокосметика и лакокрасочные материалы. Выпуск продукции осуществляется в различных фасовках, для любых ценовых диапазонов.

Завод «Поликомпласт-Сервис» на рынке уже 25 лет, наша продукция широко известна, конкурентоспособная цена ниже европейских аналогов, качество, подтвержденное специалистами СТО, поспорит с самыми известными европейскими брендами.

«Автопрепараты, способные восстанавливать ЛКП, — вероятно, один из наших шагов в ближайшем будущем»

Руслан Диомидов
зам. коммерческого директора ГК «Примула»

Практически все автопроизводители продолжают терять в объемах, причем цифры таких падений преимущественно двузначные. Поэтому чтобы не падать вместе с рынком новых авто, наша компания ведет активную борьбу за увеличение доли на рынке автомобильной химии. Мы расширяем партнерскую сеть и с энтузиазмом подходим к сотрудничеству не только с крупными автомобильными холдингами, но и с небольшими дилерскими предприятиями. Вместе с этим мы, как производители автохимии и автокосметики, пришли к пониманию необходимости расширения ассортимента и включения в него luxury продуктов, ориентированных на владельцев автомобилей представительского класса, продажи которых, как и финансовые возможности самих владельцев, остаются на более стабильном уровне, чем в среднем ценовом сегменте.

Также нельзя игнорировать все возрастающую роль продаж автомобилей с пробегом. Автопрепараты, способные восстанавливать ЛКП, — вероятно, один из наших шагов в ближайшем будущем.

По нашему общему корпоративному мнению, главной антикризисной философией является отрицание сегодняшнего кризиса. Поясню: мы призываем коллег «не жить прошлым», а адаптироваться к настоящему. В рамках такой адаптации мы уже пересмотрели практику ведения бизнес-процессов в компании и внедрили современную CRM-систему, стали уделять максимум внимания обучению и мотивации собственного персонала, а также сотрудников автоцентров-партнеров, продолжаем прорабатывать новые продуктовые ниши.

«Отечественные производители заняли дешевый сегмент рынка, тем самым привлекая к себе все больше покупателей»

Олег Рагимов
коммерческий директор ООО «Эверест Групп», эксклюзивного дистрибьютора Arexons в России

В последнее время мы наблюдаем падение рынка автохимии и автокосметики в целом по России. Большинство наших партнеров — магазины автозапчастей — говорят, что люди стали более экономными, выборочными в своих покупках. Они готовы платить только за товары первой необходимости, например, расходники (моторное масло, фильтры и тд.), без которых обслуживание автомобиля невозможно.

Можно сказать, что рынок средств для клининга делят отечественные и иностранные компании. Если в 2000-х годах рынок автокосметики и автохимии можно было назвать импортным на 70-80%, то последние исследования показывают, что большая доля рынка переходит на отечественных производителей.

Отечественные производители заняли дешевый сегмент рынка, тем самым привлекая к себе все больше покупателей. В сложившейся кризисной ситуации у нас в стране, а так же высоким курсом евро, импортным производителям все сложнее удержать позиции на рынке.

Мы надеемся на стабильную экономическую ситуацию в России, которая даст возможность не только удержать компаниям свои позиции на рынке, но и позволит расти верх, увеличивая свои объемы.

«Ситуация дает уникальный шанс отечественному производителю качественной продукции»

Юлия Новоторова
руководитель отдела маркетинга ООО ПКФ «Ниагара»

Мы видим российский рынок как сегментированный и высококонкурентный, при этом, в связи с изменением структуры потребления, он уже несколько лет дрейфует в сторону профессиональных продуктов. Также активно развивается и уже занимает ощутимую долю рынка направление «private label» ритейлеров и сетей АЗС всех масштабов: от локальных до глобальных. Мы считаем, что будут расти бюджетный и премиальный сегменты за счет среднего — при сохранении емкости в целом.

В любой кризис необходимо адаптировать продуктовую, маркетинговую и ценовую поли-

тики к реалиям рынка, наладить прямые коммуникации с потребителем — дать ему «понятный» продукт по адекватной цене, активней работать с «сетями».

Данная ситуация дает уникальный шанс отечественному производителю качественной продукции. Необходимо снижать себестоимость, и, как следствие, цену на продукцию за счет повышения эффективности каждой операции и замены импортных компонентов на качественные российские.

«Потребители, которые раньше выбирали импортную автокосметику, теперь отдают предпочтение российским маркам»

Людмила Пряничникова
ведущий маркетолог компании «Тосол-Синтез»

На сегодняшний день рынок автокосметики, как и весь рынок автохимии, находится в стагнации. Покупатели переходят от премиального ценового сегмента к среднеценовому или бюджетному. Потребители, которые раньше выбирали импортную автокосметику, теперь отдают предпочтение российским маркам. Сложившаяся ситуация позволяет компании «Тосол-Синтез» активно развивать ассортимент, выпускать новые востребованные позиции. В 2016 году ассортимент был расширен за счет новых герметиков, клеев, летней серии автокосметики. При разработке новых продуктов мы в первую очередь учитываем то, насколько продукт будет соответствовать ожиданиям потребителей по качеству и цене.

Новые каналы сбыта, рост дистрибуции в торговых точках и расширение ассортимента в совокупности позволяет компании «Тосол-Синтез» увеличивать свою долю на рынке автокосметики при сложной экономической ситуации.

«В этом году сохранится тенденция на дешевые товары, а в следующем возрастет спрос на качественную продукцию»

Андрей Усачев
генеральный директор компании Айфом

Рынок замер в ожидании восстановления экономики, конкуренция усиливается. Увеличение спроса мы ожидаем с апреля 2017 года, за счет увеличения продаж автомобилей и начала роста доходов населения. В этом году сохранится тенденция на дешевые товары, а в следующем возрастет спрос на качественную продукцию.

Как никогда сегодня необходимо снижение издержек, идеальное качество и новые продукты, готовность выстраивать долгосрочные отношения с партнерами. Мы увеличиваем присутствие уже сейчас, думаю шансы вырастут к середине следующего года.

Выскажите свое мнение на страницах нашего журнала

ai МНЕНИЕ

www.osram.ru

Выражайте свою индивидуальность и не забывайте о безопасности

Новые светодиодные противотуманные фары OSRAM LEDriving®FOG PL с различными цветами обрамления линзы идеально выделяют ваш автомобиль на дороге, обеспечивая максимальную видимость в любых дорожных условиях.

Свет – это OSRAM

OSRAM

3ton Новинки

В июле 2016 года ассортимент одной из ведущих компаний в России по производству автохимии и автокосметики Delfin Chemicals пополнился двумя новинками в торговой марке 3ton – проникающая смазка «Термоключ» и удалитель наклеек и следов клея «Антискотч».

Быстродействующая проникающая смазка с замораживающим эффектом 3ton Термоключ облегчает демонтаж механических узлов и резьбовых соединений. Предотвращает дальнейшую коррозию. Разрушает слои продуктов коррозии за счет усадочной деформации вследствие резкого кратковременного понижения температуры (до –30°С) обрабатываемых узлов, благодаря образующимся за счет резкого перепада температур порам и трещинам ржавчина моментально пропитывается смазочным компонентом, содержащимся в составе и освобождает корро-дированные соединения и детали.

3ton Антискотч предназначен для быстрого удаления стикеров, скотча, наклеек и различных клейких соединений с бамперов, стекол, кузова и других поверхностей. Не вызывает коррозию и имеет приятный запах.

КИТ СЕЗОНА!
Новая бюджетная линейка надежных и качественных стоек и амортизаторов KIT
на автомобили LADA Samara, LADA 110, LADA Kalina 1 и 2, LADA Priora, LADA Granta, Datsun on-DO и mi-DO
ПОДАРОК
+6 месяцев дополнительной гарантии!
Подробности акции на сайте www.asomi.ru
www.asomi.ru
(8482) 73-41-11, 20-88-50
АСОМИ инжиниринг

ГАЗ держится на «Газелях»

Текст: Елена Кочемас

В январе 2016 года объём продаж новых LCV марки ГАЗ составил 1717 ед., что на 19,1% меньше, чем в январе 2015 года. Единственной моделью, которая показала прирост, была «Газель Next». Популярная модель остаётся главным фактором выживания завода на протяжении многих лет.

В 2015 году продажи лёгких коммерческих грузовиков (LCV) Группы ГАЗ по сравнению с показателями 2014 года, существенно сократились, на 26%, до 51,19 тыс. автомобилей. Правда, в целом российский автомобильный рынок был хуже — сокращение на 35,7%.

Нижегородский автозавод не имеет более востребованного автомобиля, чем «Газель», поэтому модель постоянно подвергается модификации. Первой была ГАЗ-3302 «Газель», вышедшая в серию ещё в 1994 году. Автомобиль буквально спас автозавод. Модель подвергалась рестайлингу впервые в 2003 году и второй раз в 2010 году.

Второй рестайлинг проводился, если опираться на информацию автозавода, после серьёзной аналитической работы и начался практически с 2008 года, когда в стране внезапно разразился очередной кризис. ГАЗ вынужден был искать способы выживания. И принял стратегически верное решение о коренной трансформации «Газели»: были определены 20 наиболее проблемных участков предыдущей модели, заменили почти 700 узлов, в том числе рулевой механизм, систему тормозов, коробку передач, что потребовало смены некоторых поставщиков.

Новая модификация известна как «Газель-бизнес». Опыт оказался удачным, по собственным данным предприятия в сегменте лёгких коммерческих автомобилей «Газель-бизнес» занимает порядка половины российского авторынка.

Следующей модификацией стал автомобиль «Газель Next». Модель выпускается одновременно с моделью «Газель-бизнес». В 2013 году был запущен в серию грузовик, который, по данным завода, в 2014 году занял уже 28% сегмента рынка. Затем на рынок также вышел каркасный автобус «Газель Next». Кстати, в 2015 году объём инвестиций нижегородской площадки Группы ГАЗ, в том числе и в работы по доработке новых моделей, составил 6,4 млрд рублей, о чём сообщил министр промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области Александр Макаров на совещании по итогам работы промышленности региона за прошлый год.

В текущем году Горьковский автозавод запускает в серийное производство цельнометаллический фургон «ГАЗель Next». В производство объёмом 40 тыс. автомобилей в год инвестировано около 9 млрд руб. Готовится к производству пилотная серия 16-местных микроавтобусов «ГАЗель Next» в кузове 13,5-кубового фургона (длинная база + высокая крыша). Серийное производство этой модели должно начаться в декабре. В планах также производство 19-местного каркасно-панельного автобуса «ГАЗель Next». Этой же весной может начаться выпуск автомобилей с двигателем Evotech LPG.

На лето 2016 года намечено начало серийного выпуска «ГАЗель Next» с двигателем Evotech CNG Turbo, работающем на сжатом метане и автомобилей «ГАЗон Next» с новым двигателем ЯМЗ-534 CNG и модификаций «Соболей — городских фургонов CityVan и полноприводных «Комбат». В конце года завод планирует запустить в опытную серию седельные тягачи «ГАЗон Next» и полноприводные грузовики «Садко Next» (декабрь).

Разрабатывается ещё и электрическая версия автомобиля типа ГАЗель — «Газель Next Электро». Пилотную партию грузовых электрических машин планируется выпустить во втором квартале 2016 года. По предварительной информации, электромотор обеспечивает работу автомобиля без подзарядки примерно 120 километров, зарядка аккумуляторов длится 2,5 часа.

В условиях нескончаемого кризиса, когда малый бизнес растворяется между растущим количеством бедных потребителей и укреплением госкорпораций, возрастает значение корпо-

ративных продаж. Большая часть «Газелей» эксплуатируется в сфере малого бизнеса, около 20% — в госсекторе и в крупных корпорациях. Возможно, по итогам этого года доля крупных корпораций и госкомпаний возрастёт.

Кризис подталкивает ГАЗ к поиску партнёра для расширения сборочного производства на бывших мощностях Chevrolet Aveo автоконцерна General Motors, который весной 2015 расторг контракты с российскими компаниями. Известно также, что Группа ГАЗ обсуждает возможность сотрудничества с компаниями Isuzu (Япония), Foton (Китай), Norinco (Китай).

ГАЗ традиционно активный участник государственных инициатив в автомобильной отрасли. В частности, инициатива обеспечить страну газомоторными автомобилями, порядком подзабытая, ГАЗом старательно реализуется. Так, ГК Газпром в течение 2016 года планирует приобрести у Группы ГАЗ 431 автомобиль на газомоторном топливе (ГМТ), 1459 автомобиля на метане, объём предполагаемой сделки более 6 млрд руб. Газпром переводит весь свой автопарк на газомоторное топливо. ГАЗ и КамАЗ — основные поставщики такой техники для корпорации. Газпром уже приобрёл почти 400 автомобилей на ГМТ. Но потребность компании — более 20 тысяч автотранспортных средств.

Основной рынок для ГАЗа внутренний, но завод давно пытается выйти на зарубежные рынки, причём на рынки развитых стран. По официальной информации, «Группа ГАЗ» планирует в 2016 году увеличить долю экспорта в выручке от продаж до 25%, а в 2020 году — до 50%.

В модель Next изначально закладывался экспортный потенциал, автомобиль предполагалось сделать конкурентоспособным на европейском рынке, и если бы не охлаждение отношений с этими странами, то «Газель Next» могла бы облегчить прохождение очередного кризиса на авторынке, за счёт поставок за рубеж.

Пока из экспортных достижений — начало поставок «Газель Next» в Сербию, хотя для автогиганта это очень маленький рынок и, конечно, существенно на экономические показатели завода не повлияет. Тем не менее, в начале 2016 года было продано уже 661 ед. «Газель Next», что на 2,6% больше, чем в аналогичный период прошлого года, и это единственная модель, среди наиболее востребованных, которая показала рост. Статистика по другим моделям: 503 модели ГАЗ 3302 (- 38,4% к АППГ), 193 автомобиля ГАЗ 3221 (-23,1%) и 151 автомобиль ГАЗ 2752 (-9%).

Экспортное направление развития автозавода начало реализовываться с создания сборочного предприятия Группы ГАЗ в Турции, в городе Сакарья, два года назад. Здесь осуществлялась сначала сборка «Газель Бизнес» экологического стандарта «Евро-4», а затем модели «Газель Next». По всей видимости, поставки в Сербию будут осуществляться с этого завода.

Возможно, «Газель Next» будет завоёвывать рынок Ирана. В феврале 2016 года Группа ГАЗ подтвердила, что ведёт переговоры с несколькими иранскими компаниями по производству Gazel Next в Иране.

Плюс к этому, Группа ГАЗ вошла в переговоры с МАЗ. Ранее из переговоров с белорусской компанией вышел КамАЗ, так как, по словам министра промышленности и торговли России Дениса Мантурова: «Это перестало быть актуальным, поскольку процесс несколько затянулся». Речь изначально шла о создании альянса МАЗа и КамАЗа. Не так давно заместитель председателя Белорусской научно-промышленной ассоциации (БНПА) Георгий Гриц заявил, что МАЗ нашёл нового партнёра и им оказалась Группа ГАЗ.

По предварительной информации, ГАЗ и МАЗ будут совместно работать на рынках третьих стран. Прошли два заседания рабочей группы, проводятся переговоры по созданию единой сети обслуживания и совместных поставках.

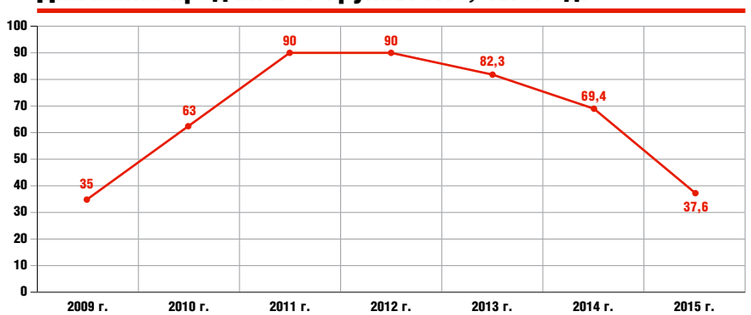
Тем временем, Группа ГАЗ в феврале 2016 года по сравнению с февралём прошлого года увеличила продажи лёгких коммерческих автомобилей на 10%, до 3,27 тыс. ед. С января по февраль продажи выросли на 7% — до 5,12 тыс. ед. ГАЗель продолжает спасать ГАЗ. ai

цитата

Георгий Гриц
заместитель председателя Белорусской научно-промышленной ассоциации (БНПА)

«Речь идет не об обмене собственностью между ГАЗом и МАЗом, а о совместной стратегии по работе на рынках третьих стран. Уже подписаны протоколы, прошло два заседания рабочей группы, в которую на паритетной основе вошли специалисты по экспорту МАЗа и группы ГАЗ. Они анализируют рынки сбыта, договариваются о совместных поставках, единой сервисной сети, гарантийном обслуживании и так далее».

Динамика продаж LCV группы ГАЗ, тыс. ед.



BRISK®

Чешская компания BRISK Табор, а.о. идет в Россию

Один из мировых лидеров производителей свечей зажигания, Чешская компания BRISK Табор, а.о., решила переместить часть своего производства в Россию.

www.brisk.ru

Несмотря на сложную экономическую ситуацию в России и в мире вообще, хозяин фирмы **BRISK Табор,** а.о. господин Моймир Чапка принял решение идти навстречу условиям требования локализации производства в РФ и желаниям покупателей продукции компании — получать свечи зажигания **BRISK** в намного более гибком графике, чем до сих пор.

Компания **BRISK Табор,** а.о. является поставщиком своей продукции для таких гигантов как **VW Group, Volvo, Husqvarna, AVTO VAZ, UMZ, ZMZ** и других производителей автомобилей и садовой техники. За все время существования фирма **BRISK** выпустила более 1,5 миллиарда свечей зажигания для покупателей во всем мире. Поставки в более чем 150 стран мира говорят о том, что популярность нашего бренда действительно растет. Качество и приемлемая цена один из основных факторов такой популярности.

В последние несколько лет фирма **BRISK** занимает одно из лидирующих мест и в выпуске датчиков для автомобилей, объемы выпускаемой продукции стремительно растут каждый год. В настоящий момент существует проект локализации производства датчиков в России, так как многие фирмы в Российской Федерации интересуются поставками датчиков для автомобильных конвейеров.

В мае и июне текущего года фирма **BRISK** запускает производства по выпуску свечей зажигания в городе Тольятти по требованию фирм **АвтоВАЗ, Renault-Nissan, PCMA Калуга** и других фирм. В тоже время компания начнет выпускать продукцию и под заказы клиентов для вторичного рынка. Уверены, что все клиенты компании оценят такой шаг.

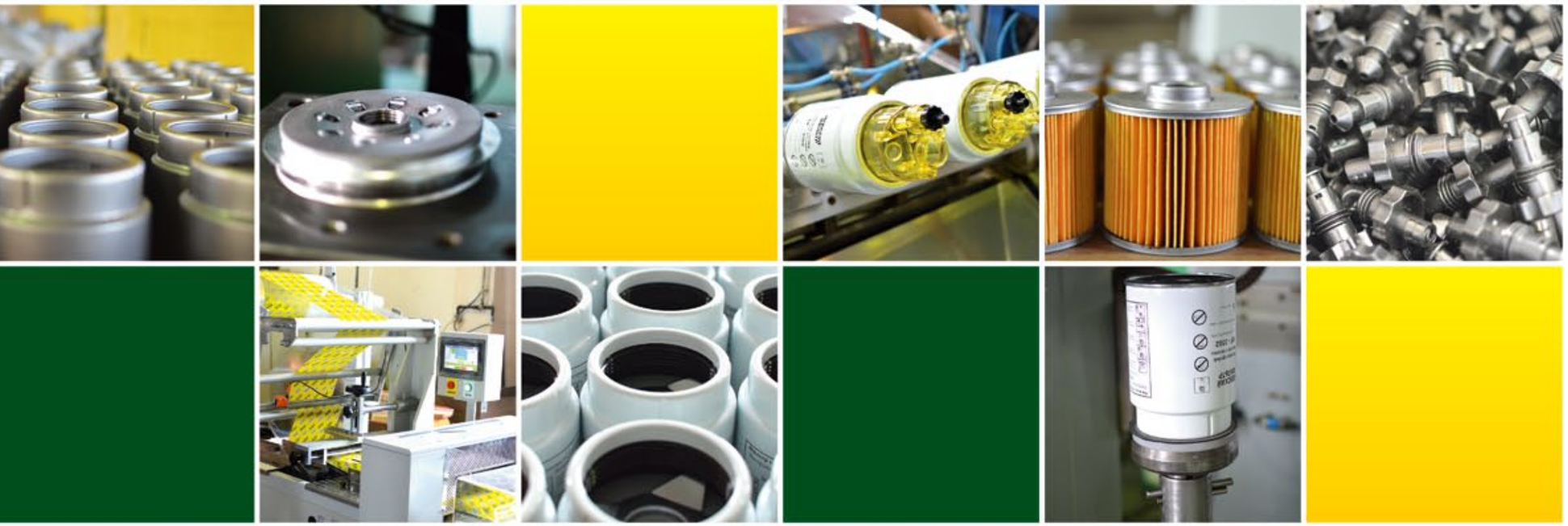
Фирма **BRISK Табор**, а.о. создает не только новые рабочие места для граждан Российской Федерации на производстве в Тольятти, но и для всех фирм в России, которые будут выпускать компоненты для продукции компании **BRISK**. Саратов, Челябинск, Сарапул — это города, где в настоящий момент готовятся к запуску производства комплектующих частей для свечей зажигания с технологической поддержкой компании **BRISK** и поддержкой Чешских специалистов .

Для дальнейшего развития присутствия продукции **BRISK** в Российской Федерации такой поступок является одним из самых ключевых и стратегических в 2016 году. Нам есть чем гордиться.

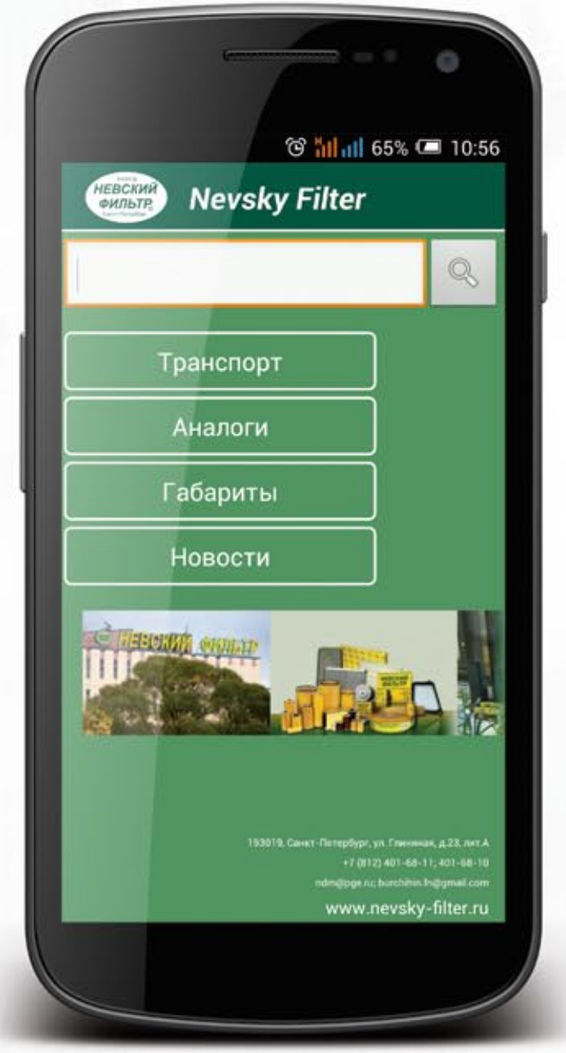
ЗАВОД
НЕВСКИЙ ФИЛЬТР
Санкт-Петербург ®

Доверяй своим!

Полный цикл производства автомобильных фильтров



NEVSKY FILTER
каталог-приложение Android



более 1500 наименований

ООО «Завод «Невский Фильтр»
Россия, 192019, Санкт-Петербург,
ул. Глиняная, д. 23, корп. 1

Тел./факс: +7 (812) 401-68-11, 401-68-10
e-mail: nevsky.filter@gmail.com,
ndm@pge.ru

www.nevsky-filter.ru

АвтоВАЗ
Смена поставщиков

Бывший президент АвтоВАЗа проводил жёсткую политику в отношении поставщиков. Официально, для того, чтобы обеспечить выпуск новых моделей. В результате к началу производства Lada Vesta список поставщиков претерпел существенные изменения.

В прошлом году, 25 сентября в Ижевске начали производство Lada Vesta, которая позиционировалась как машина на новой платформе Lada B. Это было поводом для менеджмента продолжать проводить «войну» с поставщиками, которую начал Бо Андерсон в 2015 году. Возможно, это было связано с необходимостью улучшить качество автомобилей, хотя это заведомо лишало АвтоВАЗ основного преимущества — низкой цены на автомобили. Кроме того, когда в 2014 году Бо Андерссон возглавил АвтоВАЗ, акционеры поставили перед ним задачу сделать компанию безубыточной.

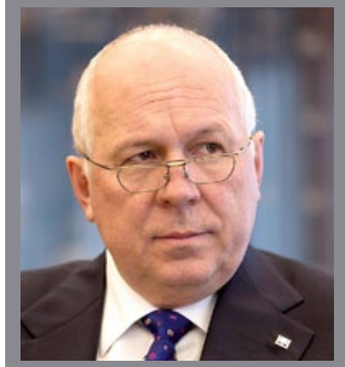
От поставщиков автокомпонентов менеджмент требовал снижения цен на 2–5% ежегодно и увеличения сроков платежей за отгруженную продукцию с 40 до 60–70 дней. Несогласных поставщиков АвтоВАЗ заменял другими, в том числе иностранными.

В сентябре 2015 года по официальной информации локализация производства Lada Vesta и Lada Kalina Cross составляла порядка 70%. Среди поставщиков были Daewon, Koito, Brose, Bosh, Valeo, Continental, ContiTech, Magna, TRW, Lear, Visteon, Kiekert. Часть традиционных российских поставщиков АвтоВАЗа были оттеснены в пользу зарубежных, из которых не все имеют производство в РФ, так как отечественные компании не смогли выполнить новые требования.

Это не только привело к конфликту АвтоВАЗа с российскими поставщиками, но и к нескольким остановкам производства в течение 2015 года. Последняя приостановка была в декабре 2015 года, когда конвейер остановился из-за отсутствия дверных замков для линии B-0.

АвтоВАЗ активно вмешивался в структуру компаний-поставщиков. Наиболее известным был опыт с неудачной покупкой ОАТ («Объединённые автомобильные технологии»). В 2015 году АвтоВАЗ отказался от продукции АвтоВАЗагрегата, чем поставил

цитата



Сергей Чемезов
гендиректор «Ростеха»

«Необходимо работать с нашими поставщиками, нужно помогать им, чтобы они обеспечивали качественную продукцию. Бо Андерссон отказывался следовать этой логике».

завод на грань разорения. В конце 2015 года АвтоВАЗ принял решение о ликвидации своего дочернего предприятия — Волжского машиностроительного завода (ВМЗ), поставщика производственной оснастки и технологического оборудования.

Привели ли подобные меры к улучшению качества автомобилей АвтоВАЗа пока неизвестно, однако, достичь безубыточности не удалось. Напротив, по итогам 2015 г. убыток АвтоВАЗа составил 74 млрд рублей, а Андерссон был уволен. Акционеры АвтоВАЗа из ГК «Ростех» в качестве одной из основных причин этого указали именно на проблемы с поставщиками.

Гендиректор «Ростеха» Сергей Чемезов заявил: «Необходимо работать с нашими поставщиками, нужно помогать им, чтобы они обеспечивали качественную продукцию. Он отказывался следовать этой логике», — «он» это Бо Андерссон, увольнения которого добивалось руководство Ростеха. По этой версии, из-за иностранных поставщиков себестоимость автомобилей Lada получилась выше продажной, себестоимость реализации автомобилей АвтоВАЗ в 2015 году была больше выручки завода на 6 млрд руб. При этом уровень локализации не вырос, а сократился.

Если дело было только в неправильно выстроенных отношениях с поставщиками, то, вероятно, новый менеджмент выстроит их правильно, вернёт прежних поставщиков, увеличит участие отечественных компаний и вскоре мы увидим, как АвтоВАЗ в условиях кризиса наращивает производство и продажи

Автокомпоненты	Прежний поставщик	Новый поставщик
Сидения	ОАО «АвтоВАЗагрегат», ООО «ТПВ рус», ООО «ЛадаПласт-Т»	Daewon (Корея), ООО «ТПВ рус», Lear (США)
Стеклоподъемники	ГК «Объединенные автомобильные технологии»	BROSE (Германия)
Рулевой механизм	ООО «Рулевые системы» , ООО «Таката рус» (российское дочернее предприятие Takata, Япония)	ZF (Германия)
Генератор и стартер	ОАО «Завод им. Тарасова»	Valeo (Франция), Bosch (Германия)
Шины	ООО «Нижнекамскнефтехим»	Continental (Германия)
Элементы интерьера	ГК «Детальстройконструкция», ООО «Автопластинжиниринг-2», ООО «Сатурно-ТП», ООО «Металлопродукция», ГК «Автокомпонент» , ГК «Полад»	ООО «Автопластинжиниринг-2», ООО «Сатурно-ТП», ООО «Металлопродукция», ГК «Автокомпонент»
Тормозная система	ГК «Объединенные автомобильные технологии»	TRW (США)
Радиатор	ГК «Объединенные автомобильные технологии»	Visteon (Корея)
Бампер	ГК «Полад», ГК «Автокомпонент»	ГК «Автокомпонент»
Топливный бак	ГК «Детальстройконструкция»	ГК «Автокомпонент»
Выхлопная система	ОАО «АвтоВАЗагрегат», ООО «ЭАВС», ООО «ФМИС»	ООО «ЭАВС» (российское дочернее предприятие немецкой Ebersacher)
Резинотехника	ОАО «Балаковорезинотехника»	ОАО «Балаковорезинотехника», Kinugawa Rubber (Япония)
Шумоизоляция	ОАО «Балаковорезинотехника»	ОАО «Балаковорезинотехника»
Аккумулятор	ЗАО «Аком»	ЗАО «Аком»
Провода	ООО «Волжский машиностроительный завод», ЗАО «ПЗС/СКК»	ООО «Глазов. Электрон»
Зеркала	ГК «Объединенные автомобильные технологии»	Magna (Канада), ГК «Объединенные автомобильные технологии»
Мелкая штамповка	ГК «Полад», ГК «Детальстройконструкция»	ГК «Полад»
Климатическая система	ООО «Завод климатических систем», Panasonic (Япония), Halla Visteon (Корея)	Valeo (Франция)

По другой версии, Андерссон отказался покупать «Объединенные автомобильные технологии» (ОАТ), на долю которого приходится порядка 40% закупок компонентов АвтоВАЗа. На покупке ОАТ настаивал Чемезов. Сделку стоимостью 165 млн долл. планировали закрыть к 1 сентября 2015 года. Но Андерссон, предположительно под давлением Renault-Nissan, отказался от сделки.

Ещё одна версия также косвенно связана с поставщиками: производство АвтоВАЗа Lada Vesta была перенесена на «Иж-Авто». Предположительно, были неправильно оценены логистические издержки на доставку комплектующих, что и привело к росту себестоимости автомобилей. Неверным было также решение о производстве Lada Xray на платформе Renault, которая дороже платформы АвтоВАЗ. Локализация производства и Vesta, и Xray была значительно ниже официально указываемой. Обе модели, за ввод которых в серию отвечал Бо Андерссон, оказались убыточными.

Смена поставщиков не принесла АвтоВАЗу успеха. Впрочем, тот факт, что проблемы АвтоВАЗа связаны с неправильной политикой в отношении поставщиков, опираются на допущение, что совсем не обрушение экономики РФ — основная причина проблем АвтоВАЗа. Если дело было только в неправильно выстроенных отношениях с поставщиками, то, вероятно, новый менеджмент выстроит их правильно, вернёт прежних поставщиков, увеличит участие отечественных компаний и вскоре мы увидим, как АвтоВАЗ в условиях кризиса наращивает производство и продажи. ai

Добавим «Ниве» надежности

Компания «ВолгаАвтоПром» в сезоне 2016 г. представила очередную собственную разработку — полуось для заднего моста автомобилей семейств Lada 4x4 и Chevrolet Niva. Новинка превосходит оригинальную деталь по техническим характеристикам, надежности и ремонтопригодности.

Название «Нива» знает каждый человек, хотя бы в малой степени интересующийся автомобилями. И не только в России и странах бывшего Советского Союза: легендарный тольяттинский внедорожник популярен без преувеличения по всему миру — в Европе, Африке и даже в Америке у него немало поклонников.

Секрет популярности прост: «Нива» сочетает потрясающую проходимость с небольшой стоимостью, относительно проста в ремонте и обслуживании, имеет огромный потенциал для разнообразного тюнинга. Автомобиль одинаково успешно используется в городе, на бездорожье, для покатушек и соревнований в формате «off-road».

Есть у «Нивы», конечно, и слабые места. Учитывая назначение машины, главным из них, пожалуй, является недостаточная надёжность некоторых узлов. Тут дело в устаревшей конструкции почти полувековой давности, разработанной в 1970-х годах.

Возьмём, к примеру, ступичный узел переднего колеса, с которым «нивоводы» хлебнули немало неприятностей. Ступицы нужно периодически подтягивать, смазывать, контролировать люфт. Если этого не делать вовремя и правильно, узел быстро выходит из строя. Бывали случаи, когда на автомобилях даже с небольшим пробегом подшипники заклинивали и ломались сами ступицы.

Особенно остро проблема стоит на всех автомобилях семейства Chevrolet Niva и «вазовских» Lada 4x4, выпущенных с 2003 года и позже. В этот период машины стали комплектовать на конвейере ступицей модели 2123 и «гранатами» на 24 шлица.

Дело ещё и в том, что у владельцев «Нив» популярной практикой является установка колёс с большим вылетом и диаметром, чем рекомендует автопроизводитель, из-за чего нагрузка на ступичные узлы и полуоси сильно возрастает.

Выход из этой ситуации возможен только один — изменить конструкцию узла на более надежную, по типу простой конструкции с необслуживаемым подшипником, применяемой на большинстве иномарок.

В 2013 году компания «ВолгаАвтоПром» после нескольких лет разработок и испытаний представила на рынок, пожалуй, наиболее удачное и правильное с технической точки зрения решение проблемы. Суть нововведения полностью раскрывается в названии продукта: «усиленный ступичный узел с двухрядным ***роликовым*** подшипником». За прошедшие три года достоинства нового узла оценило большое количество владельцев «Нив» и «Шеви-Нив», забывшие о проблемах со ступицами.

Кроме повышенной надёжности, ступичный узел производства «ВолгаАвтоПром» улучшает и ходовые качества автомобилей «Нива».

От переднего моста к заднему

Получив массу положительных отзывов о своей разработке, инженеры «ВолгаАвтоПром» не стали сидеть сложа руки. В 2013-2016 гг. они продолжали заниматься улучшением конструкции культового внедорожника, сосредоточившись на этот раз на другом проблемном узле в трансмиссии «Нивы» — полуоси заднего моста. Конструкция этого узла также морально устарела и имеет ряд недостатков, в первую очередь малый ресурс подшипника, малые допустимые нагрузки и плохая ремонтопригодность.

Изучив потребности автолюбителей и используя свой опыт, специалисты компании разработали и запатентовали усиленную разборную конструкцию полуоси разгруженного типа на двухрядном подшипнике, имеющую ряд преимуществ по сравнению со штатной полуосью:

- Повысилась допустимая статическая и динамическая нагрузка благодаря использованию двухрядного подшипника передней ступицы автомобиля Lada Priora.
- Увеличился предел прочности вала на скручивание за счет применения легированной марки стали и современных методов термообработки.
- Увеличен срок службы узла благодаря, опять же, двухрядной конструкции подшипника и защите его дополнительными сальниками с двух сторон.
- Разгруженная конструкция — вал полуоси воспринимает только крутящий момент, а нагрузка от веса автомобиля передается на ступицу и двухрядный подшипник.
- Значительно повышена ремонтопригодность. Для замены подшипника достаточно снять его корпус со ступицей, не вытаскивая вал полуоси из редуктора и не сливая масло. Во время этой операции больше не требуется нагревать стопорное кольцо, посаженное «на горячую», что значительно упрощает ремонт в условиях СТО. Кроме того, применяемый подшипник широко распространен в торговой сети, его легко можно купить в любом магазине.

Испытания на стенде и на автомобилях в реальных условиях эксплуатации подтвердили высокие расчетные характеристики полуоси конструкции «ВолгаАвтоПром», а квалифицированные опытные механики в автомастерских отметили высокое качество изготовления узла и легкость и удобство монтажа на автомобиль без каких-либо изменений и доработок.

Национальная идея закопана в автохламе

Текст: Михаил Милошевич

О создании Российской Ассоциации восстановителей автокомпонентов RRA «АвтоИнструкция» рассказывала в выпуске №4 за этот год. Мы связались с учредителем Ассоциации Андреем Андрейченковым, чтобы узнать о состоянии восстановительной отрасли в России и планах организации по её развитию.

Есть ли интерес к членству в RRA?

На сегодняшний день заявки на вступление подали 15 компаний. Важнейшие из них: «Балткам», крупный питерский продавец автокомпонентов, европейская Ассоциация восстановителей APRA Europe, интернет-портал «Мпарк.ру».

Около 80 компаний ещё не определились. В частности, ведутся переговоры с Volvo Commercial Aftersales Group.

Участников не так много, поскольку в России практически нет восстановителей в том виде, в каком они должны быть, либо они неизвестны. Есть, конечно, ремонтные мастерские и ремзаводы, но это не «реман» в строгом значении термина.

В чем выгода разных звеньев автобизнеса к участию в обороте восстановленных компонентов?

Плюсы есть для всех — продавцов, автомастерских, корпоративных гаражей. Тут и снижение рыночных цен, и возможность получать детали в более короткие сроки, заводская гарантия, техническая поддержка в шаговой доступности, возможность получить скидку за возврат старого агрегата.

В сумме все получат то, о чем мечтают. Не будем забывать также,

что это выгодно и стране в целом — новые рабочие места, импортозамещение, экология и экономия природных ресурсов.

Есть у русских бизнесменов опасение, что восстановление деталей уронит их прибыли?

Пока таких разговоров не слышал, но это возможно. Мы со стороны Ассоциации должны всё сделать для того, чтобы этого не произошло.

Умные люди понимают, что цены на запчасти на российском рынке высоки, и с этим нужно что-то делать, нужно импортозамещение. Даже если брать пример новых деталей: открывающиеся в России автокомпонентные заводы моментально вытесняют зарубежных конкурентов — дешево, качественно, близко.

В Европе происходит то же самое: на старые модели уже невозможно найти новых запчастей, предлагается в основном восстановленная продукция — сцепления, тормоза, рулевое управление. Нет смысла делать новые детали, когда цена-качество у восстановленных лучше.

Возможно ли наладить цепь поставок изношенных компонентов, используя только рыночные механизмы?

Конечно. Почему не дать авторазборкам и поставщикам вторсырья возможность заработать, делая это правильно и на регулярной основе?

Ведь что происходит со старыми агрегатами? При утилизации старый автомобиль привозят на свалку, отправляют в дробилку, получают плату за металлолом. Деталь для восстановления можно продать на порядок дороже.

Авторазборки выполняют эту функцию, но им не хватает правильной каталогизации и регулярности поставок. Кроме того, сейчас они могут продавать лишь более или менее работоспособные агрегаты в розницу. Когда будет налажено восстановление, они смогут сбывать намного больше, включая компоненты, изношенные на 100%, причём оптом.

С другой стороны, для восстановителей самая сложная задача — это сбор агрегатов. И продавцам, и покупателям выгодна кооперация и связи, им нужно дать возможность обмениваться информацией.

Как вы предполагаете организовать такой обмен?

Мы разработали Android-приложение Corehub. С его помощью буквально двумя кликами можно занести деталь в общую базу с кодом и фотографиями. Вы фотографируете изделие, вносите серийный код, количество, добавляете описание, и товар после сохранения моментально появляется на сайте Corehub. Самое важное — фиксировать код детали, тогда покупатели, занимающиеся восстановлением, смогут её быстро найти.

Покупатель сможет также получить файл CSV со списком всего, что есть у конкретного продавца.

Это как биржа, простейшая и очень удобная для людей любого возраста, с самым простым оборудованием — смартфон Android с доступом в Интернет.

Подобная база есть в Румынии, Польше, Венгрии и Англии, но у них заявка делается через менеджера. У нас всё происходит без участия оператора.

В перспективе постараемся объединить это мобильное приложение с дополнительными возможностями сертификации, складского учёта, получения тестовых записей по изделиям. Мы бы хотели создать единую систему учёта и оборота деталей для компаний, занимающихся восстановлением, хотя пока не ясно до конца, как это сделать.

Вы не считаете, что для стимулирования оборота старых агрегатов нужны принудительные меры, вроде утилизационного сбора?

Боюсь, что принуждение здесь не подходит, всё должно происходить добровольно. В Европе люди сами понимают, что «это работает». В России,

paoli PIT STOP DP 1800 Silverline

Автогонки - Мир Настоящих Мужчин:

- Рев гоночных болидов
- Неукротимая энергия моторов
- Мощь переполненных трибун

Когда счёт идет на доли секунд, нам доверяют самое ценное

100% команд F1 100% команд GP2

100% команд INDYCAR 100% команд ENDURANCE

100% команд 24 часа Ле-Мана (24H LE MANS)

Используют Только гайковерты DINO PAOLI

DP 1800

РЕКОМЕНДОВАННАЯ РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА
14 900 РУБЛЕЙ

WWW.SL33.RU 8-495-255-05-45

Сильверлайн - официальный представитель DINO PAOLI в России

paoli PIT STOP Silverline

RED DEVIL WHEEL GUNS SUPER PORT

чтобы люди поняли выгоду, нужно создать информационный базис. Для этого мы затеяли акцию «Я-Реман».

В ней участвуют те, кому близка идея восстановления — не обязательно участники, но «сочувствующие». Да, ситуация в России настолько плачевна, что требует сочувствия.

Идея в том, чтобы энтузиасты размещали логотип «Я-Реман» на сайтах своих компаний. Баннер с логотипом ведёт на информационную брошюру, отвечающую на основные вопросы восстановительного ремонта: что это такое, зачем нужно и так далее.

Вы при этом получаете имиджевую выгоду, показывая свою озабоченность устойчивым развитием России, стремлением к совершенствованию.

Расскажите об истории создания RRA

В 2015 году на выставке ReMaTec в Амстердаме (специализированная выставка по восстановлению автокомпонентов — прим. ред.) я общался с Питером Бартелом, главой правления Ассоциации восстановителей APRA Europe и топ-менеджером Robert Bosch. Он выразил удивление тем, что такая огромная страна, как Россия, до сих пор не развивает данное направление и не представлена на карте европейского «ремана», в ней нет своей отраслевой ассоциации.

Приняв во внимание его слова, я решил её создать. Так в начале 2016 года появилась Российская ассоциация восстановителей автокомпонентов (Russian Reman Association).

Кто финансирует Ассоциацию?

Постоянного спонсора нет, хотя мы хотели бы заручиться поддержкой крупного производителя. Сейчас обсуждаем этот вопрос с несколькими зарубежными производителями. Они заинтересованы в этом, поскольку столкнулись со сложностями популяризации сбора изношенных грузовых агрегатов. Однако для нас важнее наладить сотрудничество с российскими производителями.

Проблема ещё и в том, что на всё не хватает времени. Нам нужна помощь человеческим ресурсом.

В чём вы видите наибольшую сложность развития отрасли?

В информационном ваккуме по данной теме, сложившемся в России. Я уже давно общаюсь с поставщиками и потребителями восстановленных запчастей и знаю, что на массу вопросов ответов просто нет. Что такое восстановленная запчасть? Как и куда вернуть старый агрегат? Каким критериям должна отвечать восстановленная деталь? Где получить информацию по данной теме?

Даже мы в RRA не знаем, есть ли в России хоть один производитель, соответствующий в строгом смысле термину «восстановление».

Вот почему мы начали с таких проектов, как Corehub и «Я-Reman». Нам нужно прежде всего привлечь внимание к проблеме нерационального использования отработанных агрегатов — это стратегическое сырьё страны без преувеличения. И с самого начала сделать их оборот удобным.

Вся задача в том, чтобы донести до российских компаний идеологию правильного подхода к данному вопросу: можно несложным способом наладить производство новых компонентов на базе ремонтных мастерских, всего лишь изменив некоторые операции и внедрив требуемые стандарты качества. Ремонтом занимаются все, но почему не делать это чуточку лучше? Получая в результате качественный продукт в ассортименте.

Мы со своей стороны поможем получить дополнительный опыт, информацию о товарах и услугах других компаний. Пример: нет смысла покупать дорогостоящее оборудование, если на те же задачи можно дать подряд другому члену Ассоциации, получая лучшую цену, загружая его работой и экономя свои средства. Ассоциация — это возможность заявить о себе, обменяться информацией о спросе и предложении отработанных компонентов.

Огромным преимуществом членства в RRA будет связь с европейскими партнерами, добившимися огромных успехов в данной отрасли. Они охотно делятся опытом и приглашают к сотрудничеству компании по всему миру.

Еще одна наша немаловажная задача — поддержка в продвижении российских восстановительных брендов, помощь в реализации своей продукции.

«Даже если брать пример новых деталей: открывающиеся в России автокомпонентные заводы моментально вытесняют зарубежных конкурентов — дешево, качественно, близко»

Наконец, мы планируем проводить добровольную сертификацию участников «ремана». Аудиторы будут выбираться из числа членов RRA по принципам всеобщего уважения и компетенции в области менеджмента качества и процессов восстановления. На основании аудита предприятие получит сертификат восстановителя, признанный российской и европейской Ассоциациями. Такой подход позволит компаниям быстро и недорого получать подтверждение их соответствия стандартам качества.

Поездки для россиян в страны с развитым «ремаком» вы будете проводить?

Да, партнёры с нескольких выставок уже зовут и приглашают, готовы посодействовать в оформлении единого пакета проживания и трансфера.

В прогнозе каковы перспективы восстановительного ремонта в России?

Намечается рост, и в ближайшие 10 лет российский рынок «ремана» будет оцениваться примерно в 60 миллионов восстанавливаемых единиц в год, или 5 миллиардов евро. И это возможность создать около 30 тысяч рабочих мест.

Каков ваш личный опыт работы в «ремане»?

С 2012 года я региональный директор Bosch Diesel Service в области восстановления топливных насосов и форсунок для грузовиков и автобусов, с 2013 г. также в области восстановления компонентов тормозных систем. В 2015 мне была поручена разработка системы контроля качества на восстановительном производстве.

Когда я занимался топливной аппаратурой, как-то встретился на одной выставке со специалистом, пожилым человеком. Он спросил меня: сколько вы двигателей восстанавливаете за год? Я ответил — несколько десятков. Он говорит: в советские времена я работал на заводе, так мы восстанавливали сотни. В СССР ремзаводы работали по всей стране и с большой пользой. В годы перестройки и перехода к рыночной экономике мы как-то растеряли этот опыт. Сейчас мы можем к нему вернуться и даже сделать восстановление деталей нашей национальной идеей.

Легендарный
LAUNCH X431 PRO
Silverline

Профессиональные диагносты сделали свой выбор

Рекомендованная розничная цена 63 900 руб.*

SILVERLINE - официальный дилер Launch в России

WWW.SL33.RU LAUNCH 8-495-255-05-45

119270, г. Москва, Лужнецкая наб., д. 2/4, стр. 1, Сильверлайн

* Рекомендованная розничная цена 1000 USD в рублях по курсу ЦБ РФ

Найдите сбыт, а производить научим

Российский производитель мочевины DieselBlue создаёт сеть производственно-торговых партнёрств в регионах страны. Представители бренда рассказали «АвтоИнструкции», как организовать региональное производство и сбыт мочевины и поделились его основными бизнес-параметрами.

«Мочевина для дизелей — жидкость высокой плотности, имеющая невысокую цену, — рассказывает Александр Боровков, директор компании «КамТех», открывшей в 2016 г. производство мочевины в Набережных Челнах под брендом DieselBlue. — Поэтому транспортные расходы заметно влияют на её стоимость. Для качественной мочевины, производимой крупными заводами, доставка может составлять 50% цены и больше!»

С другой стороны, производство мочевины не требует больших площадей и инвестиций, поэтому на рынке предлагается много дешёвых аналогов, производимых в регионах. К несчастью, часто они имеют низкое качество, и многие потребители им не доверяют.

Транспортники Татарстана в этом году получили недорогую и качественную альтернативу — брендированную мочевину DieselBlue (читайте «Мочевина начинается с качества», АИ №7/2016). Но как быть с остальными регионами? Эта проблема привела компанию «КамТех» к компромиссному решению — организации сети торгово-производственных партнёрств.

Основная идея в том, чтобы в каждом регионе создать производство качественной мочевины. Качество обеспечит стандарт производства DieselBlue — по условиям соглашения, партнёры должны проходить периодическую проверку на выполнение необходимых требований, в числе которых соблюдение технологического цикла и закупка только качественных компонентов мочевины.

В свою очередь, бренд DieselBlue вызывает у потребителей больше доверия, что повышает рентабельность бизнеса партнёров и открывает двери для входа в торговые сети и на АЗС.

Кроме того, партнёры «КамТех» получат отработанный технологический процесс и право использовать разрешительную документацию на производство DieselBlue. «Главная волокита — с оформлением документов, — объясняет директор компании. — Особенно долго происходит получение паспорта безопасности химического средства, да и согласования с производителями автомобилей и выхлопных систем — дело сложное. Партнёры смогут пользоваться всеми нашими бумагами с единственным условием: контроль качества нашим специалистом».

Хотя сам производственный процесс не так сложен, в нём также есть важные для новичка нюансы. «Мы в начале тоже столкнулись с трудностями, — делится Александр опытом. — Например, при смешивании карбамида и воды происходит термодинамическая реакция и раствор густеет, так что однажды мы сломали импеллер. Всем нюансам мы научим».

Собеседник привёл основные бизнес-параметры предложения, из которых становится ясно, что предложение «КамТех» рассчитано на малый бизнес. В начальные затраты входят инвестиции в оборудование, разрешительные документы, закупка сырья и тары на первый месяц работы производства, в совокупности около 1,5 млн руб.

Главное условие успеха — налаженный сбыт, говорит Александр, тогда рентабельность производства будет высокой. В этой части партнёрам предоставляется полная свобода — даже в наклейках на канистрах может указываться адрес и название компании-партнёра. По опыту «КамТех», покупатели предпочитают продукцию в 20-литровых канистрах и «еврокубах».

Перспективен и сбыт через мобильные заправочные комплексы на АЗС. Ежемесячно одна АЗС потребляет 5–6 куб. м. Имея договора на поставки с 5-6 заправочными станциями и несколькими розничными точками, можно полностью загрузить производство.

КамТех
Техника для успешной работы

Узнать больше вы можете на сайте компании «КамТех» www.kama-techincom.ru

Мечты дальнобойщиков

Shell Rimula помогает российским профессиональным водителям в достижении целей

Работа дальнобойщика всегда была непростым ремеслом. Люди, выбравшие эту профессию делом жизни, привыкли сталкиваться с трудностями и выходить из любых экстремальных ситуаций с минимальными потерями. Дальнобойщики верят в свои силы, умеют ставить и достигать цели. Чтобы сделать труд дальнобойщиков более эффективным, концерн «Шелл» организовал и провел конкурс «На пути к цели с Shell Rimula». По условиям конкурса, профессиональные водители были должны написать небольшое эссе о своей цели и отправить его на адрес концерна. В начале марта 2016 года определились пять победителей, которым были вручены сертификаты на 90 000 рублей, которые могли бы поспособствовать частичной или полной реализации их мечты. Впрочем, участники руководствовались не только возможностью получить материальное вознаграждение. Им было важно рассказать о своей удивительной профессии. О людях, которые умеют добиваться своего, несмотря на любые препятствия.

Упорство, смелость и целеустремлённость способны творить настоящие чудеса, приводя к успеху самых разных людей. История дальнобойщика Алексея Морозова, победителя конкурса «На пути к цели с Shell Rimula», не является исключением. Свои первые права Алексей получил в 18 лет перед службой в армии. Водительское дело увлекло Алексея, да так, что после армии он, не раздумывая, решил посвятить ему всю свою жизнь. Профессиональный стаж Алексея насчитывает более двадцати лет. Сейчас Алексей мечтает, чтобы его старший сын получил профессию специалиста по логистике в престижном вузе. А главная цель – вместе с сыном создать собственную компанию, занимающуюся грузоперевозками.

Другой победитель, Денис Подкорытов, о конкурсе «На пути к цели с Shell Rimula» узнал случайно в Интернете и твердо решил принять в нем участие – ему действительно есть что рассказать. Денис занимается грузоперевозками. Благодаря своей коммуникабельности и общительности, ему удаётся договариваться о выгодных заказах с крупными транспортными компаниями. А в будущем, он собирается запустить собственный транспортный бизнес на Урале. Выигрыш в конкурсе приблизил его к этой цели, и сейчас Денис набирает команду из таких же энтузиастов, как и он.

Александр Пищальников с самого детства увлекался автомобилями, поэтому в профессию пришёл по большой любви. На своём грузовике Александр уже объехал всю страну: от Калининграда до Хабаровска. Правда, большие расстояния не дают видеться с семьёй так часто, как хотелось бы Александру, для которого семья и дети — самое главное в жизни. Цель Александра — построить дом, где он в кругу родных мог бы отдыхать после долгого отсутствия. Заслуженная победа в конкурсе «На пути к цели с Shell Rimula» позволит ему закончить строительство дома его мечты.

Муж Надежды Михеевой — профессиональный водитель. Большую часть времени он проводит в дороге, чтобы обеспечить семье достойную жизнь. Надежде захотелось порадовать его, и она решила принять участие в конкурсе «На пути к цели с Shell Rimula». Её рассказ о муже-трудоголике, который не мыслит свою жизнь без дорог, не мог не тронуть жюри. Денежный приз позволит семье Михеевых осуществить давнюю мечту – организовать большое семейное торжество, собрав всех родственников за одним столом.

Еще один победитель конкурса, Денис Яикбаев, никогда не забывал о своей мечте. Ещё с юности он хотел посетить Камчатку и увидеть легендарную долину гейзеров. Выигранный приз, безусловно, поможет Денису в достижении его цели!

Творческий конкурс «На пути к цели с Shell Rimula» показал, что недостижимых целей не бывает. Никогда не бойтесь ставить цели, а Shell Rimula поможет в их достижении!

Реклама

СИБЕК

Производство профессионального оборудования для автосервиса

Россия, Омск, ул. 20-я Северная, 107.
Телефон: +7 (3812) 97-22-70

Электронная почта: sales@sibek.ru
Сайт: sibek.ru

Шиповальный пистолет ПШ-12
(для установки ремонтного шипа)

НОВИНКА

Габаритные размеры (Д х Ш х В), мм	217 х 61 х 217
Вес, кг	1,64
Диаметр используемых шипов, мм	12 (основного фланца)
Высота устанавливаемых шипов (заводская регулировка), мм	8-9
Максимальная длина используемых шипов, мм	9 (диаметр корпуса шипа)
Ёмкость питателя пистолета, шипов, шт	1
Рабочее давление в пневмосистеме, кгс/см²	7±1
Расход воздуха, л/мин, не более	10
Максимальная расчётная производительность, шипов/мин	10
Размеры в упаковке, Д х Ш х В, мм	265 х 65 х 265
Объём упаковки, м куб.	0.005

Применяются шипы 12-8-2ТР и 12-9-2ТР.

Пневматический шиповальный пистолет «ПШ-12» предназначен для установки ремонтных шипов диаметром основного фланца 12 мм в изношенные посадочные отверстия шипов для шин легковых и грузовых автомобилей. Применяются шипы 12-8-2ТР и 12-9-2ТР.

Для работы «ПШ-12» необходимо наличие магистрали сжатого воздуха или компрессора, обеспечивающего номинальное давление сжатого воздуха 6... 8 кгс/см².

Основными достоинствами «ПШ-12» являются надёжность, универсальность конструктивных решений, простота и удобство эксплуатации.

Приглашаем посетить наш стенд на выставке «Интеравто-2016» в МВЦ «Крокус-Экспо»
с 25 по 28 августа 2016 г (павильон №1, зал №3, стенд №К231)

100-летний юбилей корпорации NSK

NSK развивает свой бизнес на независимом рынке автокомпонентов, выгодно используя статус авторитетной компании, которая помогает производителям оригинального оборудования преодолевать трудности в этой высококонкурентной области. Среди ключевых преимуществ NSK можно назвать широкий ассортимент продукции, успешный опыт работы с решениями, создающими добавленную стоимость, и надежную сеть дистрибьюторов. Все это, по расчетам компании, поможет ей получить долю на рынке и обеспечит коммерческий рост.

«Мы можем добиться успеха на независимом рынке автокомпонентов и запчастей и не сомневаемся, что принесем пользу, — говорит Пол Кренстон, директор по рынку автокомпонентов. — Наша задача — помочь партнерам по дистрибуции компонентов и обслуживанию автомобилей наладить более прибыльную, эффективную и продуктивную деятельность. Благодаря полному ассортименту изделий мы можем предложить своим клиентам значительные преимущества в перспективе».

Среди новых продуктов, представляемых NSK в поддержку своих стремлений, набор ProKIT, на 100% состоящий из фирменных запчастей, которые используют автопроизводители оригинального оборудования. В центре внимания первой линейки ProKIT — ступичные подшипники, продукт, выбранный специально для демонстрации широко известных возможностей компании.

«NSK — мировой лидер, поставляющий третье поколение ступичных подшипников, — заявляет г-н Кренстон. — Почти всем мировым производителям автомобилей требуются изделия NSK, поэтому предложение таких подшипников на независимом рынке автокомпонентов — вполне логичный для нас следующий шаг. Запуск линейки ProKIT неразрывно связан с нашим стремлением к высочайшему качеству и обещанием принести улучшения для клиентов».

Имея за плечами почти век коммерческой деятельности — в 2016 году NSK отмечает свой 100-летний юбилей — компания отлично знает весь автомобильный сектор и хорошо понимает его ширину (количество продуктов NSK в автомобилях) и глубину (количество автомобилей с продуктами NSK). Конечно, ситуация на рынке автокомпонентов в разных странах различная, поэтому в каждой стране нужен свой подход. Тем не менее, исходя из динамики рынка, NSK запустит ProKIT в первую очередь в Западной Европе и России на устоявшихся рынках сбыта автонаборов.

В Западной Европе компания собирается направить внимание на основные рынки, несмотря на то, что они перенасыщены, имеют высокую конкуренцию и большое количество крупных сделок слияния и приобретения компаний. Напротив, в России динамика совершенно иная: вновь появляющиеся рынки демонстрируют стремительное развитие. Потребности и принципы ведения бизнеса в России сильно отличаются от Европы, что дает возможность быстрого роста. Впрочем, NSK в любой стране будет новым участником рынка, который хочет найти свое место среди прочно укоренившихся конкурентов. И все же, как компания собирается преуспеть?

«Люди платят только за то, что они ценят, — считает г-н Кренстон. — У нас ушло довольно много времени, чтобы понять, что действительно нужно потребителям рынка автокомпонентов. Кроме того, мы потратили время на правильные прибыльные проекты и объединили их в правильное выгодное всем предложение на основе правильных высококачественных продуктов по правильной справедливой цене. Теперь мы не без успеха стараемся убедить различные рынки принять это предложение».

цитата

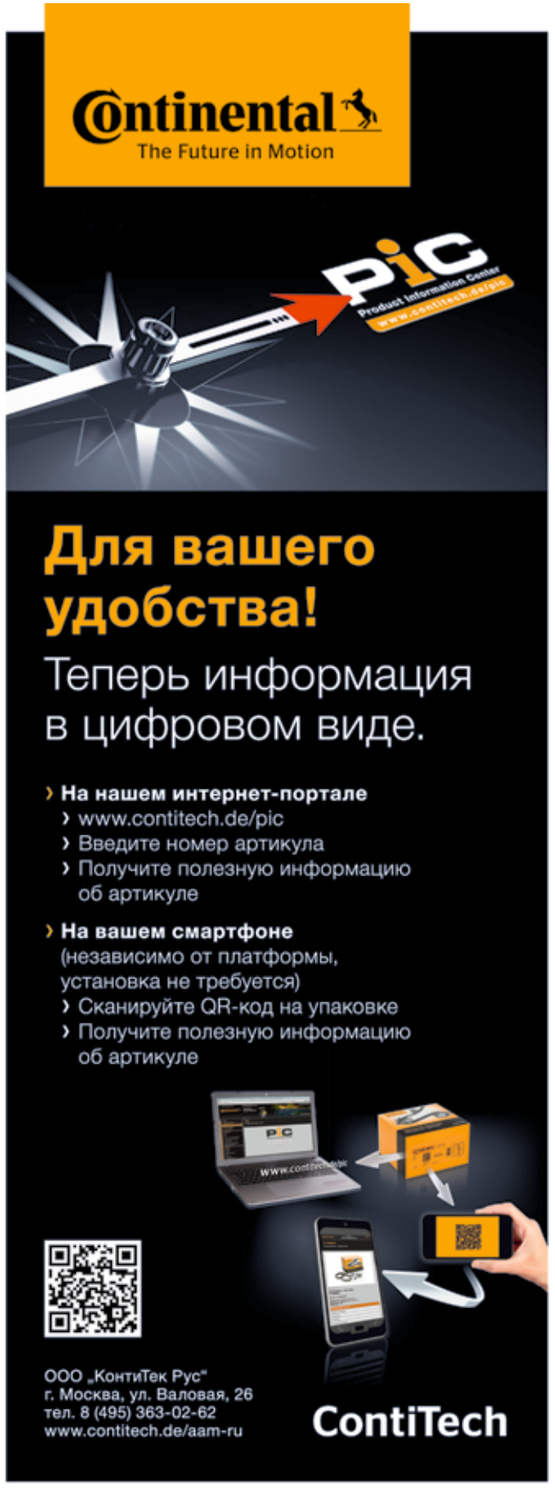
Пол Кренстон
директор по рынку автокомпонентов NSK
«Люди платят только за то, что они ценят. У нас ушло довольно много времени, чтобы понять, что действительно нужно потребителям рынка автокомпонентов».

Для рынка автокомпонентов во Франции NSK планирует создать ряд стратегий, которые обеспечат успешное внедрение компании. К примеру, для дистрибьюторов крайне важно иметь товары в наличии, строить хорошие взаимоотношения с автомастерскими и предлагать местное обслуживание. По словам NSK, каждый дистрибьютор выбирается после тщательной оценки, а компания берет на себя обязательства по максимально возможной поддержке своих партнеров, в частности, предоставляя доступ к своим богатым знаниям и опыту.

«NSK ценит многопрофильность. Почти вся наша команда по рынку автокомпонентов набиралась, исходя из предшествующего опыта и знания рынка, — поясняет г-н Кренстон. — Мы планируем продолжать всестороннее развитие этих ресурсов, чтобы быть ближе к нашим клиентам».

В краткосрочной и среднесрочной перспективе цель компании заключается в том, чтобы добиться узнаваемости бренда NSK и признания ее предложения на всем независимом рынке автокомпонентов Европы. Выполнению этой задачи служит новая линейка ProKIT. Кроме того, в течение следующих трех-пяти лет компания намеревается провести кардинальные изменения, чтобы найти рынки сбыта и наладить долгосрочные партнерские взаимоотношения во всех странах, за которые отвечает NSK Europe, от Владивостока в России до Рейкьявика в Исландии.

«Для NSK важно присутствовать на всех рынках, — подводит итого г-н Кренстон. — Наше положение в бизнесе оригинального оборудования является предварительным условием и обеспечивает нас необходимыми линейками продукции, которые помогут нам выйти на рынок автокомпонентов. Однако работа с оригинальными автопроизводителями и на вторичном рынке запчастей — абсолютно разные вещи, поэтому мы должны сосредоточиться на конкретных требованиях клиентов независимого рынка автокомпонентов».



Общие тенденции рынка автомобильных аксессуаров

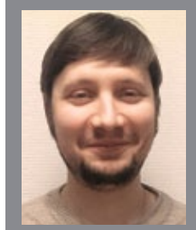
Автомобильные аксессуары чрезвычайно разнообразны, на разные сегменты рынка аксессуаров могут влиять разные факторы. Но можно говорить и о некоторых общих чертах рынка.

Автоаксессуары делают эксплуатацию автомобиля более комфортным и удобным. Поэтому в настоящее время по экономическим причинам многие автовладельцы просто отказываются от многих аксессуаров, если они не обязательны по техническим или законодательным причинам. Например, коврики, домкраты или компрессоры — необходимые аксессуары, а обязательность детского кресла закреплена законодательно.

Самый популярный внешний автомобильный аксессуар — брызговики, защищающие днище автомобиля от грязи, пыли и песка, а также щётки для стёкол. Второй по востребованности — дефлектор капота, который защищает переднюю часть автомобиля от мусора и насекомых. Далее по популярности — багажники для крыши или боксы, и фаркопы (прицепные устройства).

Самые востребованные из внутренних аксессуаров — коврики для салона и багажника автомобиля. В меньше степени востребованы GPS-навигаторы и парковочные радары.

Мнение



Михаил Шелатонов
представитель компании TAUR AUTO

Сравнивая последние несколько лет, ассортиментная насыщенность рынка постоянно растет, в том числе и за счет отечественных производителей. На данный момент предложение может удовлетворить спрос даже самого взыскательного клиента.

Рынок аксессуаров непосредственно связан с автомобильным рынком, который переживает не лучшие времена. Но с другой стороны автоаксессуары постоянно совершенствуются, а интернет-торговля набирает обороты.

Время диктует ориентироваться на клиента, изучать потребности и использовать новые инструменты, позволяющие максимально удовлетворить его требования.

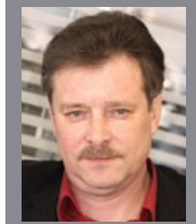
По усреднённым оценкам, до 70% российского рынка аксессуаров — импорт, по мнению большинства участников рынка в основном этот импорт китайский. С девальвацией рубля стоимость товаров производителей из развитых стран мира возросла, сократился спрос, и это пошло на пользу китайским поставщикам.

В настоящее время рассматриваемый рынок находится в состоянии стагнации, периодически наблюдается рост определённых видов аксессуаров, затем снижается, но в целом ситуация стабильна за счёт продаж необходимых аксессуаров. В некоторых сегмента рынка возможно импортозамещение, если производство не требует развитых технологий.

Спрос на высокотехнологичные аксессуары в значительной степени определяется развитием интернета. Это в основном электронные гаджеты, устройства, которые нельзя назвать обязательными, они — дань моде, техническому прогрессу и грамотному PR производителей. Впрочем, всё это отступает перед отсутствием денег у населения. В интернет-магазинах согласно статистике запросов, наиболее популярные автоаксессуары — навигаторы и видеорегистраторы.

Множество аксессуаров нужны только любителям тюнинга, массовый спрос на них отсутствует. Рынок тюнинга в России развит слабо, так как гипотетически доработка автомобиля — дело профессионалов, но в России совершенствуют автомобиль в подавляющем большинстве сами автовладельцы. Поэтому сегмент аксессуаров для тюнинга в России незначителен.

Мнение



Андрей Самченко
руководитель отдела развития «iDatalink-РОССИЯ»

Рынок автомобильных аксессуаров в точности дублирует график приобретения новых автомобилей покупателем.

Сейчас наблюдается отток клиентов от официального дилера, который предлагает более дорогие аксессуары, клиент ищет, и как правило находит, более мелкие установочные студии, порой и частника, где получает услугу по более низкой цене. Эта ситуация ведет к сокращению штата профессиональных установщиков, которые ищут подработку «на стороне».

Первое, и самое главное, что сегодня необходимо, — это пересмотр ценовой политики, второе — при реализации сложных технических устройств, грамотная и углубленная техническая поддержка, техническое сопровождение продукта (пусть даже по телефону). Личное посещение дистрибьюторов своей сети.

Те компании, которые успешно переживут спад продаж, предпримут действия для развития своей продукции, пересмотрят ценовую политику, возможно, привлекут для производства новых поставщиков элементной базы и т. д. — имеют шанс продвинуться на рынке автомобильных аксессуаров.

Примеры

Рынок щёток стеклоочистителей в целом стабилен, на нём продолжается тенденция роста сегмента бескаркасных щёток за счёт сокращения традиционных «дворников». В сегменте доминируют компании CHAMPION, BOSCH, VALEO, SWF и DENSO, что означает полную импортозависимость российского рынка. Преобладание и перспективы зарубежных щёток определяются тем, что сейчас бескаркасными щетками стеклоочистителя оснащаются автомобили премиум и бизнес-класса, но в обозримом будущем все новые машины будут комплектоваться бескаркасными щётками, а все новые автомобили — иномарки. Их доля на российском авторынке хоть и медленно, но всё равно растёт.

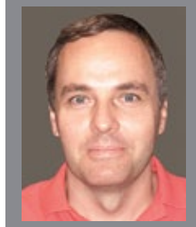
Один из самых востребованных аксессуаров — салонные освежители воздуха. Это недорогой аксессуар, поэтому любой автовладелец может позволить себе относительно дорогой ароматизатор. Этому сегменту рынка ничего не грозит. Происхождение большинства ароматизаторов

неизвестно, но считается, что наиболее востребованы ТМ Aurami, Carmate, Eikosha.

Рынок детских автомобильных кресел поддерживается запретом на перевозку без них детей до 12 лет. Отсутствие какого-либо периода постепенного оснащения креслами российских автомобилей привели к доминированию на рынке иностранных производителей. Продукция российских компаний SIGER, АПИС, ОАО «Апекс», Хэппи Бэби Компани занимает около 10%.

Какой именно импорт преобладает на российском рынке детских кресел можно предположить исходя из исследования Российского Красного Креста. Эта авторитетная организация установила, что четыре из пяти детских автомобильных кресел, продающихся в России, не соответствуют не только правилам Европейской экономической комиссии ООН, но и техническому регламенту Таможенного союза о безопасности колесных транспортных средств. Как выяснилось, 85,9% детских кресел, сделанных в 2015 году, не соответствуют установленным в России правилам, при этом есть и грубые нарушения: в 12,1% кресел ширина лямки не соответствует требованиям, у 5% — острые углы конструкции.

Мнение



Артём Пикунов
генеральный директор ООО «Евротюнинг»

В целом, я оцениваю состояние рынка положительно. К примеру, за последний год вырос спрос на багажники для автомобилей, связанный с развитием внутреннего туризма.

Если компания смогла грамотно выстроить свой портфель продуктов и ценообразование — спада не будет. Ритейл вынужден адаптировать свой товарный ассортимент для сохранения оборотов, а мы готовы предоставить им нужные продукты и привлекательные цены.

Рынок фаркопов, пережив рост в 2010–2012гг., сокращается в настоящее время в связи с уменьшением продаж автомобилей. Но он достаточно перспективен, так как постепенно доля иномарок на российском рынке растёт, хотя и медленно в связи с кризисом. Преобладают на рынке зарубежных машин фаркопы ТМ THULE, Umbra Rimorchi (Италия),Westfalia (Германия) и Brink (Голландия), Autohak (Польша), Aragon (Испания), Bosal-Autoflex (Бельгия), некоторую долю занимает продукция российской компании Baltex.

Рынок видеорегистраторов пережил период бурного развития с 2011 по 2014 годы, когда продажи этих устройств выросли с 200 тыс. по 1,2 млн ед. Но по итогам 2015 года было реализовано порядка 850 тыс. ед., и тенденции сокращения продолжаются в текущем году. При этом практически все видеорегистраторы поставляются из-за рубежа, и из них до 80% устройств поставляются из Китая — из-за девальвации рубля китайский импорт только растёт.

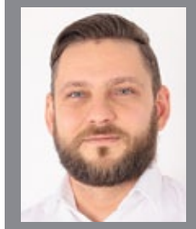
Кстати, есть и отечественные бренды регистраторов (хотя преимущественно российские ТМ это перекупщики китайских производителей). В частности, российские разработчики регистраторов — Datakam — в 2015 году стоимость российских регистраторов Datakam выросла на 15% и конкурировать с китайской продукцией стало крайне сложно.

Что касается рынка навигаторов, то объём этого рынка в России порядка 2 млн ед., а наиболее популярные бренды — ТМ Garmin, Prestigio, Explay, Lexand, Shturmann, Prology, Navitel, Pioneer, TomTom, BBK.

Участники рынка предполагают, что в ближайшее время сохранится спрос на недорогие товары, что, как надеются отечественные производители, увеличит спрос на их продукцию. Хотя, как неоднократно показывала новейшая история, в кризисные моменты спрос растёт скорее на китайские товары.

Рынок сложных аксессуаров останется импортным, рынок простых компонентов вполне может завоевать отечественная продукция, со временем.

Мнение



Иван Никитичев
директор по маркетингу ТПК «AZARD Group»

Рост курса валют сильно сказался на удорожании автомобильных аксессуаров за счёт того, что 70% этого рынка — импорт. Из-за этого сейчас существенно сократился спрос, но ёмкость, как таковая, осталась прежней.

Идёт активное импортозамещение и переход на российское производство. Компании, которые существуют только за счёт перепродажи товара уйдут с рынка — с таким курсом выгодно торговать уже не получится. Спрос по оптимистичным прогнозам останется на прежнем невысоком уровне, а возможно даже понизится. Но это не относится к обязательной автомобильной атрибутике, такой как детские кресла, домкраты или компрессоры.

Именно в ситуации, когда комплексные поставщики с более выгодными предложениями замещают маленькие компании, которые играют только ценой, рынок становится более структурированным и рождает продукты нового уровня и качества.

Colette миллиардный суппорт тормоза

ZF TRW, подразделение ZF AG, занимающееся системами активной и пассивной безопасности, отмечает достижение уникальной вехи в истории отрасли — изготовление миллиарда суппортов тормоза семейства Colette.

— Это удивительное достижение для нашего бизнеса тормозных систем, так как мы зафиксировали изготовление одного миллиарда суппортов тормозов Colette. Ни одна другая конструкция дисковых тормозов не получила такого широкого признания на дорогах мира, и сегодня дисковые тормоза считаются наиболее эффективным средством торможения легких автомобилей, — сказал Манфред Мейер, вице-президент ZF TRW, ответственный за разработку тормозных систем.

— Мы никогда не прекращали внедрять инновации и совершенствовать нашу продукцию, — продолжает г-н Мейер. — Поскольку автомобили создаются соответствующими все более возрастающим требованиям в отношении сокращения выбросов CO_2, безопасности, электрификации, ZF TRW продолжает искать новые способы увеличения эффективности и производительности. В 1991 году ZF TRW представила первый в отрасли задний суппорт со встроенным парковочным тормозом, использовавшим принцип «шариковая рампа» (ball in ramp,

1 000 000 000

BIR). Благодаря его эффективной конструкции оказалось возможным использовать дисковые тормоза на передней и задней оси автомобилей С класса и выше, что повысело уровень безопасности. Данная технология по-прежнему остается доминирующей при производстве задних суппортах во всем мире.

Появление первого интегрированного в задний суппорт электрического стояночного тормоза в 2001 году было важным шагом в направлении создания систем будущего, таких как электрическое управление тормозной системой, возможность интеграции в передовые системы безопасности автомобиля. ZF TRW остается мировым лидером в данной технологии, она выпустила более 65 миллионом таких изделий».

Эффективность использования топлива стала еще одним ключевым фактором в разработке дисковых тормозных систем, начиная с легких материалов, поскольку многие суппорты сегодня изготавливаются из алюминия в погоне за созданием систем с «нулевым сопротивлением», в которых наблюдается минимум трения между суппортом и ротором во время отсутствия тормозного усилия.

— ZF TRW является пионером в области тормозных систем в течение нескольких десятилетий и продолжает внедрять технические новшества во всех аспектах технологий, чтобы предложить лучшие в своем классе решения для легких автомобилей во всем мире. Кроме того, передовые тормозные системы будут одним из ключевых компонентов систем автоматизированного вождения, и благодаря своему расширенному портфелю продукции и опыту в интеграции систем ZF TRW имеет идеальные позиции для продвижения этого мегатренда, — заключил г-н Мейер. ai

Камский инновационный территориально-производственный кластер (ИННОКАМ) является основной точкой экономического роста в Республике Татарстан. Отраслевая специализация кластера — нефтегазопереработка и нефтехимия, автомобилестроение. Участниками кластера осуществляется более 100 совместных проектов. На территории кластера производиться порядка 45% синтетических каучуков, каждый четвертый грузовик и каждая вторая грузовая шина.

Конкурентные преимущества Камского кластера определяют выгодное экономико-географическое положение, выстроенные кооперационные связи и высокая степень локализации его участников (все крупнейшие предприятия расположены в радиусе 30 км). Высокую инвестиционную привлекательность Кластера подтверждает тот факт, что здесь разместили бизнес такие известные мировые компании, как «Даймлер», «Форд», «Роквул», «Камминз», «Цанрад Фабрик», «Кейс Нью Холланд», «Эр Ликид», «Шнайдер Электрик», «Митсубиши Фузо Трак энд Холланд» и множество других.

Число участников кластера ИННОКАМ более 250 предприятий, среди которых такие как КАМАЗ, Нижнекамскнефтехим, ТАИФ-НК, ТАНЕКО, нефтехимический комплекс Татнефти, Особоя экономическая зона «Алабуга», Аммоний. ИННОКАМ объединяет такие компетенции, как литье различных видов металлов, механическая и термическая обработка изделий, переработка пластмасс и каучуков и многое другое в цепочке от добычи полезных ископаемых до выхода готового автомобиля.

Инвестиционные проекты Кластера характеризуются высоким уровнем создания добавленной стоимости. Реализация которых позволит к 2020 г. создать более 30 тысяч высокопроизводительных рабочих мест, увеличить объем выпускаемой продукции промышленности и добавленной стоимости, создаваемой в камском кластере, в 3 раза.

ИННОКАМ®
КАМСКИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КЛАСТЕР

Россия, г. Казань, ул. Н. Ершова, д. 29А
Тел./факс: +7 (843) 2725307, 2381800, 2383796
innokam@mail.ru
in@innokam.ru
www.innokam.ru

Международная выставка MIMS Automechanika Moscow 2016, павильон №2, стенд Р-159, 22-25 августа 2016 г.

Реклама в автобизнесе не работает?

Текст: Роман Назаров

Слова «реклама в России не работает» нет-нет, да и услышишь от специалистов по торговле. Правда ли это? Над этим вопросом трудно не задуматься, потому что если бы реклама однозначно работала, то откуда бы взялось такое убеждение? Мы собрали мнения ваших коллег и экспертов из рекламного бизнеса, обобщили результаты и вот что получилось.

Ответить на вопрос «работает ли реклама» оказалось проще всего. Есть целый ряд брендов, успешно вышедших на рынок посредством рекламных кампаний в специализированных B2B-журналах и веб-порталах. Только в истории одного журнала «АвтоИнструкция» насчитывается более десятка известных имён: европейские Bardahl, Ferodo и Bilstein, арабские Isher Trading, Al Dubowi Group и Bashir & Aziz Trading, американская Federal Mogul.

Но есть и компании, оставшиеся разочарованными своими рекламными кампаниями. Поэтому поставим вопрос иначе: почему у одних реклама работает, у других не работает?

Тут не работает, ...

— Мы давали рекламу параллельно в 4 журналах, — вспоминает Дмитрий Грузинов, генеральный директор компании «Автотехнологии». — При каждом звонке к нам по рекламе, мы в строгом порядке задавали вопрос, из какого журнала или из Интернета они узнали о нас.

ОРГАНИЗАТОР: RPI
http://www.rpi-conferences.com/international-lubricant-week
КРУПНЕЙШЕЕ МЕРОПРИЯТИЕ В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НЕДЕЛЯ 2016 СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ
15-18 НОЯБРЯ 2016 года
Отель «Азимут Москва Олимпик»
СПЕЦИАЛЬНЫЙ ФОКУС В 2016 ГОДУ!
МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «РЫНОК СНГ: БАЗОВЫЕ МАСЛА И СМАЗОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ»
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НЕДЕЛЯ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ – крупнейшее событие отрасли в России, СНГ и Восточной Европе.
На единой площадке проводится комплекс мероприятий по обсуждению вопросов бизнеса и производства всех видов смазочных материалов, представляются важные услуги и решения.
СПОНСОРЫ И ЭКСПОНЕНТЫ 2015 ГОДА
СПОНСОР-ПАРТНЕР EVONIK INDUSTRIES
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР КОМПАНИЯ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ООО «ЛЛК-ИНТЕРНЕШНЛ»
ОФИЦИАЛЬНЫЙ СПОНСОР BASF The Chemical Company
APL Group Infineum Lubrizol INTESMO ЛЛК НАФТАН outreach sasol КВАЛИТЕТ
4 ДНЯ
450 УЧАСТНИКОВ
29 СТРАН
40 ДОКЛАДОВ
+7 (495) 502 54 33; +7 (495) 778 93 32
Lisak@rpi-inc.ru
www.rpi-conferences.com

В течение года подачи рекламы мы получили около 10 звонков по одному журналу, по-другому звонков не было вообще. Основной объём звонков пришёлся на период после выставки МИМС в сентябре-октябре, 4 звонка были результативными — люди стали нашими клиентами.

..., тут работает

— Реклама производителей, конечно же, работает, — утверждает Надежда Осокина, основатель проекта Auto Detailing Business Consulting.

Управляя автомоечным бизнесом, Надежда постоянно имеет дело с поставщиками оборудования, автохимии и других товаров. Из её слов следует, что потребители B2B-сегмента читают раздаточные материалы продавцов, просматривают рекламу в журналах и на отраслевых порталах, чтобы иметь представление о доступных продуктах и выбрать те, которые хочется подержать в руках и опробовать на практике.

Далее успех продавца зависит от качества поддержки.

— Как показывает практика, печатная реклама от производителей мало что нам даёт, — объясняет Надежда. — Буклет с красивыми картинками и ценами ни о чём не говорит. Нам важнее, когда представители компаний лично участвуют в презентации своих товаров. То есть на деле показывают, как работает автошампунь, как правильно использовать пенокомплекты, как полезен их товар конечному потребителю, и многое другое. В идеале хорошо бы поставщики начали ещё и гарантии результата предоставлять. А то у многих компаний до сих пор, к сожалению, работает система «по разводу»: лишь бы купили, остальное их не интересует. Радует только, что такие конторы быстро закрываются.

Фактически, руководитель Auto Detailing Business Consulting подтверждает то, о чём говорят все учебники по маркетингу: лучше всего работает именно маркетинг-микс, состоящий из ATL- и BTL-мероприятий.

Утверждение «реклама не работает» сродни утверждению «ДВС не работает»: разберитесь в причинах молчания «двигателя торговли», и ваш бизнес снова поедет

Хороший выстрел в плохую цель

Да, но если реклама работает, почему «Автотехнологии» практически не получили отклика на рекламу? Компания наверняка уже сама опробовала все ответы на простые вопросы, так что только полноценный аудит её маркетинговой стратегии выявит истинную причину.

Возможно, подсказку следует искать в факте, что на 10 звонков компания получила 4 продажи — 40%, что довольно много. Это значит, что рекламное послание было правильным и содержало нужную потребителю информацию.

Тогда логично предположить, что компания ошиблась в оценке размера ниши — её продукт попал в категорию редкого спроса.

Либо модель сбыта, описанная в рекламном объявлении, была неудачной — потенциальные клиенты читали объявление и им нравился продукт, но они с сожалением отказывались, потому что им процедура покупки казалась им непривычной или неудобной.

В конце концов, компания не встала на позицию «реклама не работает», а последовательно пробовала разные варианты — и нашла рекламную модель, эффективную в её случае.

Выбить пыль из стратегии

— Возможно, это устаревшее убеждение идёт из опыта девяностых и начала двухтысячных годов, — размышляет Александр Кузьмин, генеральный директор холдинга РусХОЛТС. — Тогда, действительно, профессионализма работников не хватало, чтобы рекламироваться правильно.

По иронии прогресса, опыт для многих специалистов по продажам перестал быть активом, превратившись в балласт. Пора освежить свои взгляды на профессию, потому что российский рынок рекламы сильно изменился в первое десятилетие 21 века.

Во-первых, рынок за 15 лет вырос в разы, дав место для развития рекламных агентств, специализирующихся на автомобильной рекламе. Мы не намерены давать конкретных рекомендаций. Можно лишь привести примеры агентств, имеющих длительный опыт работы с шинными и автохимическими брендами: Discovery Research Group, Serviceplan, Avocado, SpecialOne. Но полный список гораздо длиннее.

Появилась база исследований и большие объёмы численных данных, а это позволяет перейти от эвристики и интуиции к количественным методам прогнозирования и мониторинга рекламных кампаний (на сленге рекламщиков — «пре-кампейны» и «пост-кампейны»).

Больше того, в последние пять лет вновь произошёл качественный скачок, связанный с развитием интернет-рекламы и нативной рекламы (так называется ненавязчивая реклама, читать которую легко, интересно и познавательно).

Автомобильный рынок России идёт по пути усложнения, и автомобильная реклама находится в том же тренде. Утверждение «реклама не работает» сродни утверждению «ДВС не работает»: разберитесь в причинах молчания «двигателя торговли», и ваш бизнес снова поедет.

Продолжение в следующем номере.

открытое акционерное общество
ВЭЛКОНТ
ЭЛЕКТРОМАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД

производство автокомплектующих

Предприятие производит автоэлектроаппаратуру и резинотехнические изделия с 1998 г. и является надежным поставщиком для ведущих отечественных автомобильных и моторных заводов (ОАО «АВТОВАЗ», ОАО «УАЗ», ОАО «УМЗ», ОАО «КАМАЗ», «Группа ГАЗ», ОАО «ММЗ» и др.).

В настоящее время номенклатура автокомпонентного направления насчитывает более 50 изделий. Из резинотехнических изделий — это маслоотражательные колпачки, прокладки, втулки, сальники и др. Автоэлектроаппаратура представлена выключателями света заднего хода, датчиками, клапаном электромагнитным, контакторами.

Особым спросом пользуются маслоотражательные колпачки, качество которых оценено не только потребителями, но и отмечено Дипломом всероссийского конкурса «100 лучших товаров России» в номинации «Продукция производственно-технического назначения».

Маслоотражательные колпачки изготавливаются из термостойкой резиновой смеси на основе фторкаучука (температурный диапазон от –45°С до +180 °С), устойчивы к агрессивным средам, стойки к циклическим нагрузкам. Преимущество колпачков производства ОАО «ВЭЛКОНТ» заключается в исключении эффекта «соскальзывания» с направляющей втулки клапана за счет разгрузочной канавки на посадочной поверхности колпачка. Это позволяет упростить монтаж, повысить его ресурс, улучшить экологическую безопасность двигателя в целом.

В настоящее время «ВЭЛКОНТ» предлагает оптовым потребителям комплекты маслоотражательных колпачков для 8 и 16 клапанных двигателей ВАЗ в фирменной упаковке.

Расширяя номенклатуру выпускаемых изделий, ОАО «ВЭЛКОНТ» предлагает заказчикам весь комплекс услуг по разработке изделия — начиная от проектирования, изготовления опытных партий и заканчивая серийным выпуском.

Оснащенность инструментального цеха позволяет своими силами изготавливать необходимую технологическую оснастку. Предприятие имеет аккредитованную лабораторию испытаний надежности и качества изделий, аттестат аккредитации метрологической службы на право поверки средств измерений, а также свободные площади и оборудование для увеличения объема выпускаемой продукции, освоения новых видов изделий.

Система менеджмента качества предприятия сертифицирована в соответствии с требованиями ГОСТ ISO 9001-2011.

Миссия ОАО «ВЭЛКОНТ»: разрабатывать, производить и продавать продукцию, соответствующую ожиданиям потребителей, обеспечивая рост прибыльности и устойчивую репутацию надежного поставщика продукции требуемого качества и высокого уровня надежности.

Сегодня коллектив предприятия работает стабильно, имеет надежные перспективы, уверенно смотрит в будущее и готов к сотрудничеству.

Россия, 613040, г. Кирово-Чепецк, Кировская обл.,
Тел.: +7 (83361) 9-55-40, 9-57-50, факс: +7 (83361) 2-35-72
e-mail:market@velkont.ru, www.velkont.ru

АСК «НИЖЕГОРОДСКОЕ КОЛЬЦО»
Календарь спортивных мероприятий
летний сезон 2016 года
АВГУСТ

3 августа АВТО трек-день

6 августа Открытый Чемпионат по дрэг-рейсингу «Битва Моторов», 2 этап

7 августа Любительский Кубок NRing, 3 этап + Открытый Кубок по картингу, 3 этап

13–14 августа Чемпионат России по дрэг-рейсингу

17 августа МОТО трек-день

19–20 августа Всероссийские соревнования по дрифтингу «Российская Дрифт Серия» (RDS)

21 августа Чемпионат по шоссейно-кольцевым автогонкам NLS, 4 этап

24 августа АВТО трек-день

27 августа Всероссийская гоночная серия MaxPowerCars

28 августа Любительский Кубок NRing, 4 этап + Открытый Кубок по картингу, 4 этап

31 августа МОТО трек-день

Рекорд Nring с приставкой супер

В июле на этапе гоночной серии MaxPowerCars лучшее время круга показал Дмитрий Дударев на автомобиле Mitsubishi Evolution IX, установив новый рекорд трассы «Нижегородское кольцо» для кузовных автомобилей. Его время на полной конфигурации в 3222 метра — 1 минута 31,875 секунды.

Рекорд был ожидаемым: подготовленный к новому сезону Evolution поражал новым обвесом и отменными характеристиками. Уже тестовые заезды дали времена, превышающие рекорд трассы на две секунды, и вот на этапе серии MaxPowerCars сошлись сразу несколько супер: супер жара, супер автомобили, супер скорости и, конечно же, супер рекорд!

Почему супер рекорд? Рекорд трассы для кузовных автомобилей обновляется с завидной популярностью, не реже одного раза в год, но улучшения выражаются, в лучшем случае, в десятых долях секунды. А этот рекорд скакнул от предшественника сразу на 3 секунды! Это супер!

Фото: А. Шишин

Возраст — не помеха, а преимущество!

В начале июля на «Нижегородском кольце» стартовал очередной этап 6-го Международного Ретро Ралли «Пекин-Париж». В этом невероятном приключении принимают участие 115 интереснейших ретро-автомобилей, самый пожилой из которых выпущен в 1915 году, а самый молодой — в 1975.

«Нижегородское кольцо» в это утро встречало уникальные автомобильные раритеты, среди которых были и Mercedes, и Bentley, и Rolls Royce, и Aston Martin, и Porsche, Ford, Chevrolet, Jaguar, Alfa Romeo и много других. Кроме того, в пробеге приняли участие такие забытые ныне марки, как La France, Alvis, Hudson, Rockne, Facel и другие. Стоимость многих авто достигает несколько сотен тысяч евро!

Сами участники — из 26 стран мира. Все они за 35 дней проедут порядка 13500 км! Учитывая почтенный возраст автомобилей-участников, на всем протяжении пробега их сопровождают автомобили технической поддержки.

Мероприятие является крупнейшим ретро ралли в мире, и потому от желающих принять участие не было отбоя. Все 115 вакантных мест были заполнены еще за 2 года до старта ралли.

«Нижегородское кольцо» в тот день будто перенеслось во времена зарождения авто. Такую концентрацию будоражащих сознание автомобилей современная профессиональная трасса еще не приветствовала на своих площадках.

Это событие собрало на треке множество увлеченных людей, которые с восторгом перемещались между удивительными почтенными автомобилями, оставляющими неизгладимое впечатление и память на всю жизнь.

Для участников Ралли также было интересно испытать мощь своих авто на профессиональной гоночной трассе. Задачей каждого участника Ретро Ралли было прохождение полной конфигурации NRing за кратчайшее время. Казалось бы, автомобили почтенного возраста, но на трассе они показали высочайшие скорости и готовность посоперничать с любым современным потомком.

На пит лейне очаровательные девушки одаривали каждого участника памятными подарками от АСК «Нижегородское кольцо». Сразу после стремительных заездов участники Ретро Ралли «Пекин-Париж» отправлялись далее по строго регламентированному маршруту к следующей точке путешествия — ведь надо успеть уложится в график.

ai Автоинструкция

ЖУРНАЛ ДЛЯ АВТОСПЕЦИАЛИСТОВ

55 000
тираж

48
регионов России

100%
целевая аудитория:

Производители и дистрибьюторы компонентов и запчастей

Оптовые поставщики

Розничные продавцы

Журнал для автоспециалистов «Автоинструкция» (+16)

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.
Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-21113 от 20.05.05

Учредитель и издатель: **ООО «Дюран Медиа Групп»**
Официальный агент Messe Frankfurt Exhibition GmbH по бренду Automechanika на территории России

automechanika

Главный редактор: **Елена Павелко**

Обозреватели: **Евгений Новожилов, Василий Пражек, Елена Кочемас, Ольга Васильева, Роман Назаров, Александр Грачёв, Игорь Бек, Михаил Милошевич, Олег Брянский**

Дизайн и верстка: **Максим Перльмуттер**

Региональные менеджеры: **Светлана Зулитова, Екатерина Скиба**

Адрес редакции: **Москва, Третьяковский пр., д. 6, стр. 2**
тел: (495) 797-10-44
e-mail: info@ai-media.ru

Тираж: **55 000 экз.**

Журнал распространяется в 48 регионах России.

Периодичность выхода: 1 раз в месяц

Рекламно-информационный журнал распространяется бесплатно. Система распространения нацелена на максимальный охват целевой аудитории.

За содержание рекламных обьявлений ответственность несет рекламодатель. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Разработанные модули и текстовые материалы являются интеллектуальной собственностью редакции. Мнение редакции может не совпадать с мнением автора.
Представленные статьи и изображения получены из открытых источников и опубликованы в информационных целях.

Мобильная версия журнала Available on Google play Download on the App Store

www.ai-media.ru

Magneti Marelli Aftermarket

Уже более 90 лет мы являемся частью мира автозапчастей

MAGNETI MARELLI

checkstar

www.magnetimarelli-aftermarket.ru