



Ассоциация торговых компаний
и производителей
электроинструмента

РАТПЭ

НОВОСТИ И СТАТЬИ ИНСТРУМЕНТАЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

май 2011

СОДЕРЖАНИЕ

- Председатель Правительства России Владимир ПУТИН: «Давайте ваши предложения, рассмотрим».....** **стр. 5**
www.interskol.ru, май 2011
Компания «Интерскол» приняла участие в презентации Агентства стратегических инициатив, состоявшейся 25 мая 2011 года, в пресс-центре Белого дома.
- On-line сервис: инновация от компании «Инфраком». Интервью генерального директора компании Сергея Карпенко и директора сервисной службы Александра Кондратьева.....** **стр. 9**
www.master-forum.ru, май 2011
Интервью генерального директора компании Сергея Карпенко и директора сервисной службы Александра Кондратьева.
- «Марс-500»: моделирование деятельности экипажа на поверхности планеты.....** **стр. 15**
[Авиапанорама](#), май 2011
Об экспериментальном полете на Марс рассказывает Олег Цыганков, доктор технических наук, профессор, заслуженный конструктор РФ
- Победа за нами.....** **стр. 20**
www.interskol.ru, май 2011
Поединок «Битва империй» (Battle Of Two Empires), спонсором которого выступила компания «Интерскол» – ведущий российский производитель электроинструментов и садовой техники, стал самым заметным событием в российском профессиональном боксе за последние несколько лет и вызвал небывалый ажиотаж.
- Сеть «220 Вольт» продолжает активное развитие.....** **стр. 21**
www.master-forum.ru, май 2011
Стратегия компании — постоянное развитие, в том числе и расширение своего представительства в регионах. В ближайших планах на весну и лето — открытие дополнительных магазинов в Петербурге и Москве, а также запуск нового магазина в Новосибирске.
- Делегация «220 Вольт» посетила российский завод компании BOSCH.....** **стр. 22**
<http://www.220-volt.ru>, май 2011
Этой весной делегация «220 Вольт» по специальному приглашению немецкого концерна BOSCH посетила российский завод компании в городе Энгельсе.
- Новинки Bosch снова занимают лидирующее положение в классе 2-килограммовых перфораторов.....** **стр. 24**
["PromIndustry. Россия промышленная."](#), май 2011
На смену перфораторам GBH 2-26 DRE и DFR Professional приходит новое поколение инструментов - модели GBH 2-28 DV Professional и GBH 2-28 DFV Professional.

Уроног представляет в России уникальные монтажные инструменты Milwaukee..... **стр. 26**

Press-Release.Ru, май 2011

Компания Уроног, в рамках партнерства с Milwaukee Electric Tool Corporation, выводит на российский рынок монтажные инструменты M12 и M18 для монтажа системы Q&E

Магуама: экспансия продолжается... Цепная бензопила Магуама MCV3100 S и бензокоса Магуама BC 420 H-RS..... **стр. 27**

www.master-forum.ru, май 2011

Японский бренд Магуама — новое имя на нашем рынке. Он появился только в этом году, хотя прекрасно известен во многих странах как производитель техники премиум-класса.

Worx: разные и непохожие. Цепная электропила WG302E и электрический садовый пылесос-воздуходувка WG501E..... **стр. 30**

www.master-forum.ru, май 2011

Бренд Worx принадлежит компании Positec Power Tool Group, основанной в 1994 году. Сейчас под этой маркой предлагается широкий спектр садовой и парковой техники для любителей и профессионалов.

Ежегодная пресс-конференция концерна Würth, посвященная итогам деятельности компании в 2010 году..... **стр. 33**

www.master-forum.ru, май 2011

Годовой объем продаж 2010 увеличен на 14,8% до 8,6 млрд евро

- Операционная прибыль выросла на 63,8% до 386 млн евро
- Количество сотрудников по данным на 31 марта 2011 г. – 64 140 человек
- 635 млн евро направлены на развитие, инфраструктуру и логистику в 2011 году. В первой четверти 2011 года рост продаж составил 18,6%

AL-KO: большая семья. Интервью вице-президента компании Франка Дицмана..... **стр. 36**

www.master-forum.ru, май 2011

2011 год для AL-KO особенный — компании исполняется 80 лет. С просьбой рассказать о том, с каким «багажом» концерн встречает юбилейный год, мы обратились к вице-президенту компании доктору Франку Дицману.

Castorama загнала себя в узкие рамки..... **стр. 40**

КоммерсантЪ, май 2011

Британская Kingfisher (сеть товаров для дома и ремонта Castorama) откроет в России магазины "Castorama Экспресс" площадью всего 35 кв. м, сообщила вчера сама компания.

"Леруа Мерлен": французский стиль..... **стр. 41**

Вечерняя Уфа (Уфа), май 2011

Без малого одиннадцать тысяч квадратных метров площадей и более сорока тысяч наименований товаров - 25 мая свои двери распахнул новый уфимский гипермаркет, принадлежащий французской сети "Леруа Мерлен".

Западным сетям не удается получить контроль.....	стр. 42
<i>"Деловой квартал. Пермь. - Новости.", май 2011</i>	
В России иностранцы смогли захватить лишь сегмент DIY .	
Рынок DIY-ритейла вырос на 18% в 2010 году.....	стр. 43
<i>Marketing.rbc.ru - РБК Исследования рынков - Новости исследований, май 2011</i>	
После резкого падения продаж в 2009 г., розничный рынок строительных, отделочных материалов и товаров для дома начал восстанавливаться: результаты 2010 г. были заметно лучше, хоть и не достигли докризисных показателей.	
Гибкая отрасль. В России набирает обороты производство контрафактной продукции.....	стр. 44
<i>Газета «Маркер», май 2011</i>	
На круглом столе «Защита интеллектуальных прав в России» представитель шведской компании Husqvarna Александр Гончаров описал набирающую обороты схему поставок контрафакта.	
Обзор скидок в DIY гипермаркетах и специализированных магазинах.....	стр. 46
<i>«Издательский дом «ШАНС», май 2011</i>	

Председатель Правительства России Владимир ПУТИН: «Давайте ваши предложения, рассмотрим»

www.interskol.ru, май 2011

Представитель компании «Интерскол» принял участие в презентации Агентства стратегических инициатив (АСИ), состоявшейся в среду, 25 мая, в пресс-центре Белого дома. Идея создания этой организации была выдвинута 6 мая в Волгограде премьер-министром России В.В. Путиным, который возглавит наблюдательный совет АСИ – основной орган принятия решений.

«Ключевая задача агентства – поддержать тех, кто уже что-то сделал, – пояснил В.В. Путин. У АСИ будет три направления». Первое – «Новый бизнес»: все, связанное с продвижением знаковых, перспективных проектов. Второе направление – «Молодые профессионалы» – разработка системы профессиональной коммуникации. Третье – «Социальные проекты», продвижение которых имеет общественное значение. Основные принципы деятельности АСИ – открытость, привлечение широкого круга независимых экспертов, сведение к минимуму бюрократических процедур, неангажированность.

В основном АСИ будет поддерживать не «стартапы», а состоявшиеся средние компании. На презентацию были приглашены представители 23 компаний с яркими историями успеха, которые можно назвать эталонами тех, что будут поддержаны агентством. В том числе сотрудники компаний АBBYY Production, ООО «Полипластик», «Сплат-косметика» и директор по развитию компании «Интерскол» Владимир Скитяев, которому было предоставлено слово. Приводим фрагмент стенограммы презентации, касающийся компании «Интерскол».



В.В.Путин: ... Пожалуйста, Владимир Николаевич Скитяев, «Интерскол».

В.Н.Скитяев: Добрый день! Спасибо за предоставленную возможность высказаться. «Интерскол» представляет отрасль электроинструмента, который также используется во всех отраслях России. Но в отличие от наших коллег нам, может быть, больше повезло:

«Интерскол» сегодня первая компания на российском рынке, лидер, и практически каждый пятый электроинструмент, продаваемый в России – это инструмент с маркой «Интерскол». Мы разрабатываем электроинструмент и производим его как на своих заводах, так и на специализированных сторонних заводах, расположенных в разных странах. В принципе мы уже используем модель глобальной корпорации.

Понимая важность высокотехнологичного производства в России, в 2009 году «Интерскол» приобрёл известную итальянскую компанию «Фелисатти» – очень высокотехнологичная, известная в своём секторе деревообработки фирма. И весь производственный комплекс был привезён в Россию. Более 50 автомобилей, высокотехнологичное оборудование, которое практически не имеет аналогов, было перевезено в Россию, в Подмосковье и установлено на нашем заводе, и в 2010 году начато первое производство. В 2010 году свершилось достаточно знаменательное событие – впервые в истории России и даже в истории Советского Союза электроинструмент российской компании был экспортирован в Западную Европу, чего, собственно, не было раньше.

Расширяя производство, мы также купили в 2010 году испанский завод - с одной стороны для того, чтобы расширить свой ассортимент и получить доступ к технологиям, а с другой стороны – это первый шаг для выхода на европейский рынок, который очень суровый и жестокий. Вообще наша цель – войти в пятёрку глобальных компаний, только так можно остаться на этом рынке, потому что конкуренция сейчас глобальная. Но это как бы лирика, то есть с чем, собственно, приходится сейчас работать. Ежедневно мы конкурируем и на нашем рынке в первую очередь, и на рынке СНГ, в котором мы тоже очень сильно, хорошо представлены. Мы конкурируем с глобальными компаниями, такими как Bosch, Hitachi, Black & Decker.

И для того, чтобы в дальнейшем успешно конкурировать, мы вынуждены – и это наша стратегия и текущая задача – выстраивать отраслевую инфраструктуру, то есть от идеи продукта. И мы понимаем потребителя, мы знаем, что нужно потребителю. Дальше возникает идея, что нужно сделать досерийные разработки, а здесь, соответственно, целый цикл, начиная от научно-исследовательских работ: ОКР, опытное производство и, собственно говоря, серийное производство. Но так как мы средняя компания, мы не можем всё это делать внутри себя: мы вынуждены создавать инновационно-производственный кластер – это более дешёвый гибкий способ. То есть и туда включаются университеты, инновационные компании, включая «Роснано» – по нескольким темам мы сотрудничаем с ними. В МГСУ мы сделали кафедру при помощи господдержки (кстати, спасибо), там установлено очень хорошее оборудование и система проектирования, которая в принципе не имеет аналогов: очень редкие компании имеют такие системы. Поэтому в этом смысле у нас достаточно всё хорошо.

Но вот в области серийного производства есть вопросы. Почему? Потому что производить в России, организовывать производство очень сложно. В Китае это сделать гораздо легче. И вот мы поехали в Китай, сделали два СП. Три года назад мы пытались...



В.В.Путин: Легче или дешевле?

В.Н.Скитяев: И дешевле и легче с точки зрения организационной, потому что три года назад, начался процесс: мы пытались построить предприятие, но всё замолкло на стадии выделения земли, согласования строительства. Это оказался настолько долгосрочный и серьёзный по инвестициям проект, что мы просто его не потянули.

Но здесь есть интересные варианты совместного производства с российскими предприятиями. Вот, например, Ижевский завод, ФГУП, – это практически единственное предприятие, в котором сохранились инженеры, сохранилась инфраструктура и готовность к серийному производству. Собственно, первое моё предложение для агентства состоит в том, чтобы рассматривать не только одну компанию, а брать широкий отраслевой подход, потому что вчера, на конференции средних компаний, выяснилось, что компании во многом вынуждены создавать кластер, то есть они вынуждены кооперироваться со многими такими же средними компаниями в отрасли. Это первый момент.

А второй момент, что иногда одна или две компании в отрасли в принципе и создают всю отрасль, потому что всё остальное – это импорт, как то же самое и в лекарствах. На самом деле это отдельные компании. В принципе спасибо за то, что внимание обращено теперь на такие компании, потому что с тем же ФГУПом... Он у нас сейчас является достаточно важным элементом инфраструктуры, потому что это ОКР, это постанковка на производство. Раньше, три-четыре года назад, электроинструмент был никому неинтересен. Любое телодвижение, замена руководителей на ФГУПе, например, поставила бы на грань закрытия это направление. Может быть, наша просьба – через агентство помочь это производство сохранить, чтобы это оно осталось в рамках отрасли, работало бы на развитие отрасли электроинструмента, особенно в преддверии планирования приватизации. Просто мы реально боимся, что эта производственная база пропадёт.

В.В.Путин: А вы купите!

В.Н.Скитяев: Попробуем.

В.В.Путин: А это предприятие стоит в плане приватизации?

В.Н.Скитяев: Да, оно планируется, по-моему, на этот год.

В.В.Путин: Это часть вашей кооперации, да?

В.Н.Скитяев: Это очень сильный партнёр, мы с ним здорово развивались в начале 2000-х годов. Совместно с «Интерсколом» производство электроинструментов было увеличено в 10 раз.

В.В.Путин: Хорошо. Вы давайте свои предложения, потому что действительно очень просто выбросить на рынок. Мы знаем такие случаи в начале приватизационного процесса. Потом кто-то скупает, а потом начинают предлагать тем, кому это действительно нужно за более серьёзные деньги. Если у вас уже налажена кооперация, у вас частная компания, работает с ФГУПом, это может и должно учитываться во всех этих приватизационных процессах. Давайте ваши предложения, рассмотрим.

В.В.Путин: Я понимаю. Да, я знаю. Здесь два момента, на которые я хотел бы обратить внимание. Первое – это Вы сказали, что стараетесь продвигать свою продукцию на рынки СНГ. В этой связи здесь мы действуем по нескольким направлениям, и в целом будет интересно услышать ваше мнение, потому что мы активно, во-первых, сейчас работаем над новым договором о свободной торговле в СНГ, и он идёт непросто, но в целом уже базовые документы готовы. И было бы любопытно услышать и ваше мнение – Ваше и других коллег, которые работают на рынках СНГ, – чтобы провели анализ этих документов с точки зрения практического применения в ближайшем будущем – это первое.

И второе – вы знаете, что мы делаем в рамках Таможенного союза и создания в будущем (с 1 января уже следующего года) единого экономического пространства, которое подразумевает более глубокую степень интеграции, имею в виду согласование макроэкономической политики и финансовой политики и так далее.

А через год-полтора мы планируем перейти к ещё более глубокой степени кооперации с этими странами и создать практически союз по образу и подобию фактически Евросоюза с устойчивой системой наднациональных органов. И мнение людей, которые работают в реальной жизни, в реальной экономике, крайне востребовано, поэтому мы в рамках агентства это обязательно будем обсуждать. И конечно, ваше замечание о том, что нужно поддержать кооперацию и не смотреть только на один проект как таковой там, где это востребовано, очень важно. Разумеется, будем на это смотреть. Спасибо вам.

On-line сервис: инновация от компании «Инфраком». Интервью генерального директора компании Сергея Карпенко и директора сервисной службы Александра Кондратьева

www.master-forum.ru, май 2011



ООО «Инновационно-коммерческая компания «Инфраком» — один из самых опытных и известных игроков рынка строительного инструмента и оборудования в Санкт-Петербурге. Впрочем, деятельность компании далеко выходит за региональные рамки.

У «Инфраком» есть собственные розничные магазины (давно известные под названием «Инструментальная компания № 1»). В состав компании входит также оптовое

подразделение, поставляющее инструмент, оборудование и расходные материалы сотням торговых предприятий России (дилер Bosch, Makita, Metabo, Kress, «Интерскол» и других известных брендов). В компании разработана и успешно продвигается собственная торговая марка Top Tools.

Но нас заинтересовал в первую очередь другой аспект деятельности «Инфраком», а именно — on-line сервис, презентация которого состоялась в ноябре 2010 года в Москве на выставке МПТЕХ-2010. Подобное инновационное решение среди российских инструментальных компаний пока никто не предлагал.

Стоит отметить, что тема наведения порядка в сервисном обслуживании сейчас как никогда актуальна для большинства серьезных производителей. Если в розничной и оптовой торговле компании уже достигли определенных успехов, то деятельность ремонтных подразделений зачастую трудно назвать цивилизованной. Сегодня фирмы, которые смотрят в будущее, в число приоритетов развития включают модернизацию сервиса, понимая, что по старинке работать уже нельзя. А это означает анализ данных, четкое отслеживание документооборота, безупречную логистику, наладку необходимого программного обеспечения. Тренд, на наш взгляд, очевиден.

Представители нашей редакции решили приехать в Санкт-Петербург, чтобы своими глазами увидеть так ярко и эмоционально заявленный на выставке модернизированный сервис «Инфраком». И разумеется, получить комментарии у авторов идеи — генерального директора компании Сергея Карпенко и директора сервисной службы Александра Кондратьева.

Расскажите, пожалуйста, подробнее, что такое on-line сервис «Инфраком»?

С. К. Если коротко, то это предоставление нашим заказчикам дополнительных возможностей по взаимодействию с сервисным центром на определенных этапах ремонта, позволяющих устранить или существенно снизить временные и моральные издержки, неизбежно присутствующие при традиционном (только телефонном) канале связи.

Например, как бы быстро и качественно ни были выполнены диагностика и расчет стоимости ремонта, непосредственно ремонт начнется не раньше, чем будет проведено согласование его стоимости с заказчиком. Сотрудник делает многократные попытки дозвониться в течение одного дня, второго, третьего... Время идет. Инструмент в том же

состоянии — «проведена диагностика»... Причины могут быть в том, что у заказчика отключен телефон, или он был вынужден срочно уехать, или при заполнении заявки на ремонт в номере телефона допущена ошибка, или «занят, перезвоните», или... или...

Дозвонился. Теперь требуется согласовать стоимость ремонта: нужно вежливо ответить на все вопросы заказчика и подробно рассказать о том, что потребуются заменить из деталей и какие выполнить работы.

Инструмент отремонтирован. Сотрудник опять должен сообщить заказчику эту радостную весть... далее по вышеописанному сценарию.

В результате телефон приемки постоянно занят исходящими звонками, а у желающих дозвониться в сервис заказчиков ничего не получается. Все клянут сервисный центр, и хотя его сотрудники продолжают честно делать свою работу, негативное отношение уже сформировалось.

Предположим, что сервисным центром выполняется 1000 ремонтов в месяц и половина из них не требует согласования стоимости, так как они являются гарантийными. Но в остальных 500 случаях необходимо согласование стоимости ремонта с заказчиком. Это обязательная процедура, средняя продолжительность которой составляет около 10 минут. Таким образом, 5000 минут в месяц необходимо на согласование с заказчиками стоимости ремонта. Сообщения о готовности инструмента или обоснование причин отказа в гарантийном ремонте средней продолжительностью в две минуты дают дополнительно 2000 минут в месяц.

А еще в сервисный центр звонят по поводу приобретения запасных частей... А еще один и тот же заказчик может позвонить по одному и тому же поводу не единожды.

В месяц более 7000 минут у сотрудников приемки уходит только на телефонные звонки, то есть $7000 : 60 : 8 = 14,5$ рабочего дня телефонных переговоров в режиме нон-стоп! Три рабочих недели из четырех в месяц одного сотрудника приемки...

А теперь представьте, что отныне незачем тратить время на попытки дозвониться.

В чем заключается ноу-хау?

С. К. Во внутренней организации процессов сервисного центра и адаптации «коробочного» программного пакета к не виртуальной реальности жизни.

На практике это работает на счет РАЗ, ДВА, ТРИ.

РАЗ: инструмент передан из приемки в ремонтный цех, и заказчик получил SMS с номером открытого заказа-наряда.

ДВА: проведена диагностика, и заказчик получил SMS со стоимостью ремонта (зайдя на сервисную страничку сайта www.infracom.ru, он может ознакомиться с подробным расчетом стоимости ремонта). Согласование стоимости ремонта возможно:

— тут же, на сайте, нажатием на кнопку по одному из предложенных вариантов;

— отправкой SMS на указанный номер;

— оставлением сообщения в голосовом почтовом ящике;

— ну и просто звонком (телефон-то теперь не так занят, как раньше).

ТРИ: инструмент передан из цеха на выдачу — заказчик получил SMS с информацией об окончательной стоимости ремонта.

Изменение текущего этапа ремонта, отправка SMS заказчику и выкладка подробного расчета стоимости ремонта на страницу сайта происходит одновременно и АВТОМАТИЧЕСКИ сразу же по завершении диагностики мастером. Также АВТОМАТИЧЕСКИ мастер получает информацию о согласовании стоимости ремонта с заказчиком, если это согласование выполнено нажатием кнопочки на сайте.

Какова первая реакция на нововведение?

А. К. Это интересный вопрос. Заказчик заказчику рознь. Корпоративные клиенты (например, строительные компании) сразу поняли преимущества такой работы с сервисным центром и легко перестроились. А вот с частными лицами сложнее. Кто помоложе и «продвинутой» — пользуются всеми предоставленными возможностями, а вот те, кому аббревиатура SMS незнакома, конечно, по-прежнему только звонят.

Как правило, строительная организация сдает в ремонт сразу несколько единиц инструмента или оборудования (иногда два-три десятка). Такой заказчик получит множество SMS, каждая из которых будет содержать информацию о номере открытого заказа-наряда на ремонт конкретного инструмента. Это позволит клиентам в дальнейшем однозначно идентифицировать инструмент для согласования стоимости ремонта при получении SMS о проведенной диагностике. Причем позже, для сообщения о проведенной диагностике, может быть отправлена только одна SMS — обо всей партии инструмента. Заказчик (в удобное для него время!) может ознакомиться с подробными расчетами стоимости ремонта каждого инструмента на сайте www.infracom.ru и, понажимав на соответствующие кнопочки, согласовать стоимость конкретного ремонта или отказаться от него, если проведение такого ремонта, по его мнению, нецелесообразно.

Преимущества очевидны: заказчику не нужно волноваться о том, что он на какое-то время окажется вне зоны действия сети сотового оператора (в метро, в лифте, в подвале строящегося дома и т. д.), о том, где бы подзарядить разрядившийся аккумулятор своего телефона в ожидании сообщения из сервисного центра. И уже робот (а не сотрудник!) в течение нескольких суток (и днем и ночью!) будет «тупо» пытаться доставить SMS адресату. И сделает это тотчас, как только телефон окажется в сети.

Кроме того, нет необходимости в спешном порядке принимать решение, как это происходит при обычном телефонном звонке. У заказчика есть масса времени, чтобы обдумать его в спокойной обстановке, посоветоваться с коллегами или домашними и оценить, «стоит ли овчинка выделки» или дешевле купить новый инструмент. Многие наши постоянные клиенты сразу же «просекли» и эту «фишку».

А насколько востребована услуга голосового почтового ящика? Народ не любит оставлять такие сообщения, считая, что это письмо «на деревню дедушке»...

А. К. Заказчики уверены в том, что мы прослушиваем почтовый ящик (а интерес сервиса отслеживать ответы понятен и очевиден), поэтому данной услугой пользуются активно. Нужно только назвать номер заказа-наряда и сказать, согласен или не согласен. А лишние традиционные разговоры для такой простой ситуации никому не нужны. Удобно!

По каким каналам клиенты сервиса предпочитают контактировать? Существует ли подобная статистика?

А. К. Еще слишком мало времени прошло с момента внедрения, и о статистике контактов в обратной связи говорить рано. Но кое о чем уже сказать можно.

Во-первых, сотрудники перестали обзванивать заказчиков, чтобы сообщить им о проведенных диагностиках (минус 500 звонков), так как инициатива по согласованию стоимости теперь передана клиентам.

Во-вторых, мы перестали звонить заказчикам по поводу готовности инструмента (еще минус 1000 звонков). Первое, что мы увидели после введения on-line сервиса, — у сотрудников стало больше времени для выполнения своей основной работы по приему и выдаче инструмента.

Корпоративные заказчики предпочитают согласовывать стоимость на сайте, а частные лица больше пользуются голосовыми почтовыми ящиками и традиционным звонком в сервис. На последнем месте SMS, так как такой канал связи сложнее и менее удобен, чем сообщения в голосовой почтовый ящик.

Кто писал программное обеспечение для on-line сервиса?

С. К. Мы воспользовались платформой 1 С и отраслевым решением для сервисного предприятия. Его можно приобрести у разработчика в Москве. Но «коробочный» вариант не может в одночасье заработать так, как вам хотелось, решить все накопившиеся за годы проблемы и сделать счастливыми ваших заказчиков и сотрудников. Программа сама по себе — только инструмент, а работают с ним люди. Причем разные. И по-разному могут применять его. Кто-то — по назначению и аккуратно, а кто-то — как-нибудь и не всегда. Поэтому здесь важно не формальное применение исполнителями программного продукта, а организация такой взаимосвязи процессов и такого взаимодействия между специалистами, когда отражение своих действий в базе данных каждым специалистом становится естественным и логичным завершением определенной технологической операции.

Пользуясь случаем, со страниц вашего журнала выражаю благодарность талантливому молодому математику-программисту Олегу Чистобаеву, с которым в течение нескольких месяцев мы адаптировали типовой вариант ПО для наших условий.

С какими сложностями столкнулся «Инфраком» при внедрении ПО?

С. К. Идея on-line сервиса возникла примерно в середине 2009 года, когда уже был наработан опыт применения ПО специалистами сервисного центра и были «прикручены» дополнительные сервисы для наших заказчиков. Например, выкладка текущих этапов ремонта на странице сайта и возможность заказа запасных частей оптовыми покупателями там же на сайте с выгрузкой этих заказов в 1С. Но нам потребовалось пройти через многие организационные моменты, чтобы получить работу в том виде, в каком вы видите ее сейчас.

Если говорить о глобальных изменениях в компании, то своеобразной точкой отсчета можно считать 1 января 2006 года, когда все предприятия «Инфракома» перешли на 1 С 8.0. До этого нами применялось самое разнообразное ПО, что было очень неудобно для совместной работы всех подразделений компании. К концу 2004-го решение ввести общий стандарт на применяемое программное обеспечение стало уже жизненной необходимостью. В 2005 году мы остановили выбор на 1 С 8.0 и выполнили подготовку к внедрению этого ПО.

В ходе работы мы поняли, что типовые решения функционируют всегда не так, как нужно, и в новое типовое решение разработчик не всегда успевает включить все необходимые инструменты. Они, конечно, появляются потом в следующих релизах конфигурации, но реализованы иначе и работают по-другому. А нам эти инструменты нужны не потом, а сейчас. Приходилось вносить изменения и что-то дописывать, уходя все дальше и дальше от типовой конфигурации.

Когда в свое время продажи «поехали» на нормальной учетной платформе, обороты в рознице сразу подросли (основная причина — стало понятно, что в каком магазине есть в наличии, то есть упростилась логистика). И мы подумали, как здорово было бы аналогичным образом наладить работу сервиса! Примерно в феврале 2007-го было найдено типовое решение 1 С для сервисного предприятия. После просмотра демонстрационной версии стало сразу очевидно, что программный продукт требует серьезной доработки под наши нужды.

Но... на этом этапе была допущена серьезная ошибка — мы адаптировали ПО под уже сложившиеся в сервисе процессы, принципиально ничего не меняя в организации работ. Уже в апреле 2008 года, через три месяца после внедрения нового ПО, стало понятно, что «едем не туда и не на том». Все пришлось делать фактически заново.

К концу сентября 2008-го последовательность операций и отражение действий исполнителей в базе данных были полностью построены. Пришлось провести занятия со специалистами. Со всех рабочих мест был организован доступ к тестовой базе данных для самостоятельной работы, перед сотрудниками сервиса поставили задачу: в течение октября протестировать предлагаемую настройку. В назначенный срок, посмотрев логи, я был поражен: за месяц НИКТО из сотрудников сервиса НИ РАЗУ не зашел в тестовую базу данных! И тогда с первой пятеркой «специалистов» нам пришлось расстаться...

Понятно, что люди не любят перемен. Но неужели настолько?

С. К. Основная сложность состояла не в написании ПО — она была в умах и менталитете сотрудников! Помните слова профессора Преображенского — «разруха в головах»! Аргументация потрясающая: зачем что-то менять, когда все и так работает?

Мы столкнулись с явным саботажем: сотрудники сервиса слушали, соглашались, но... ничего не делали. Известно, что «кадры решают все». Из двух десятков человек, которые работали с нами в ноябре-декабре 2008 года, на сегодняшний день осталось только четыре человека. С остальными пришлось расстаться. Оказалось, что проще нанять новых сотрудников, которые изначально согласны работать по новым правилам и воспринимают их как данность. Подтвердилась банальная истина: «переучивать сложнее, чем учить с нуля».

Сейчас в сервисе работает четырнадцать человек вместо двадцати. Причем объем выполняемых ремонтов постоянно растет. Нынешний состав специалистов может выполнять и вдвое больший объем работ, ведь теперь проблема не внутри сервисного центра, а снаружи — в перебоях в снабжении сервисного центра запасными частями.



За счет чего повысилась эффективность?

А. К. Факторов несколько. Во-первых, новая организация процесса привела к снижению числа вспомогательного персонала. Во-вторых, сократилось время подготовки заказа запасных частей поставщикам. В-третьих, сервисный центр теперь может работать с любой по составу и количеству номенклатурой инструмента, оборудования и запасных частей к ним.

Сейчас наш сервис ремонтирует и осуществляет гарантийную поддержку широкого спектра инструмента и строительного оборудования четырех десятков торговых марок (полный список смотрите на www.infracom.ru).

Можете ли привести какие-либо данные по результатам введения online сервиса, чтобы проиллюстрировать его эффективность?

С. К. Решившись на эти преобразования, мы преследовали несколько целей, главной из которых было выведение услуг по ремонту и техническому обслуживанию инструмента и строительного оборудования на более высокий уровень. Этой цели мы, похоже, достигли, предоставив в распоряжение заказчиков комфортную и удобную среду для взаимодействия.

Итогом модернизации стало двукратное снижение среднего времени нахождения инструмента в ремонте. Надо понимать, что такой результат достигнут именно за счет взаимодействия, потому что даже если диагностика и ремонт выполнены в тот же самый день, а сообщить об этом заказчику мы не в состоянии в течение двух недель, то он уверен, что длительность ремонта у нас — не меньше двух недель...

Сервис у многих компаний убыточен. Можно ли сделать его прибыльным?

А. К. Сервис у нас, как и у многих других игроков рынка, был всегда убыточным предприятием. Но тенденции после нововведений показывают, что теперь «Инфраком-сервис» устойчиво идет в точку безубыточности. По оценке текущего положения дел, в середине 2011 года (то есть в июле-августе) наш сервис пройдет эту точку.

Что вы хотели бы сказать в заключение из того, что не вошло в рамки этого интервью?

С. К. Так случилось, что on-line сервис заработал в конце октября 2010 года. Самыми первыми результатами, полученными нами буквально накануне МПТЕХ-2010, мы и поделились с нашими коллегами на выставке.

Проблемы в сервисных центрах у всех примерно одинаковы, поэтому то, что нами было продемонстрировано, никого не оставило равнодушным. Можно сказать, мы сделали своеобразный вызов всем, кто сейчас работает на рынке и имеет собственные сервисные центры. Надеемся, что наш вызов будет принят и кто-нибудь на страницах «Потребителя» расскажет, как в других компаниях решают проблемы сервиса.

Интервью подготовила Любовь БАЛАБОЛИНА

«Марс-500»: моделирование деятельности экипажа на поверхности планеты

Авиапанорама, май 2011



Олег Цыганков, доктор технических наук, профессор, заслуженный конструктор РФ

Цели и задачи, содержание и временная программа эксперимента «Марс-500» широко освещены в СМИ. Эксперимент проводится на уникальной стендовой базе ГНЦ ИМБП, представляющей собой единственный в мире комплекс гермокамер с управляемой средой обитания. В эксперименте воспроизводятся те особенности полёта к Марсу, которые отличают его от геоорбитального полёта сопоставимой продолжительности. Как же моделируются условия межпланетного полета в эксперименте «Марс-500»?



Скафандр "Орлан-Э", представленный на эксперимент разработчиком – НПП "Звезда", заявлен как прототип будущего марсианского защитного снаряжения. Он почти в 2 раза легче орбитального скафандра "Орлан", значительно увеличена подвижность в суставах дистальных частей – рук и ног, что позволяет испытателю опускаться на колени, подниматься на ноги. И хотя пневмоснабжение скафандров в эксперименте осуществлялось по шлангам, это не препятствовало испытателям под избыточным давлением выполнять манипуляции по программе эксперимента.

Результативность имитации действий испытателей на поверхности заслуживает отдельного разбора. Для возможного приближения организма испытателей к состоянию как после перелёта в условиях $g \approx 0$, члены десантной группы в течение трех суток, под наблюдением бортового врача, снаряжённые во фрагменты противоперегрузочного костюма "Кентавр", находились во время сна в положении к горизонтали (минус 15°).

Что касается инструментов, то в эксперименте использован селенологический комплект, созданный совместно ГЕОХИ им. В.И. Вернадского, КБ "Спецгеология" и НПО "Энергия" в конце 1960-х – начале 1970-х для программы Н1-Л3. Комплект, адаптированный к скафандру "Кречет", был испытан на режимах 0,16g на СЛ Ту-104К. В состав комплекта входят: совок для отбора сыпучих проб, грейфер (захват) для камней, альпеншток с киркой и пенетрометром, геологический молоток. Кроме ручных инструментов, в состав оборудования входят две электрические ручные машины с автономным электропитанием и вращательно-поступательным движением режущего инструмента (перфораторы), предназначенные для скола (отбойки) образцов монолитных образований. **Перфораторы разработаны, изготовлены и предоставлены для эксперимента "Марс-500" на основе партнёрского сотрудничества преемником исторического смежника РКК "Энергия", который разрабатывал первые инструменты для внекорабельной деятельности (ВКД) на орбитальных станциях "Салют" и "Мир" – Всесоюзного НИИ строительного и монтажного инструмента (сегодня это предприятие носит наименование ЗАО "ИНТЕРСКОЛ").**

В состав оборудования для исследований на поверхности вошли: раскладной стеллаж, две гермокапсулы для сыпучих фракций, пенал для образцов камней, контейнер для укладки и переноса оборудования. Таким образом, приближение условий эксперимента к ожидаемым в реальности можно определить как полунатурное физическое моделирование ситуации с некоторыми допущениями, приемлемыми для разработки сценария первого выхода на поверхность, планирования и первичной оценки методики действий.

В моделировании ВКД использован опыт, накопленный в этой области космонавтики в РКК "Энергия", НПП "Звезда", ГНЦ ИМБП. Так, при подготовке к эксперименту испытатели-марсонавты провели тренировки по освоению скафандров, использованию геологических инструментов. За несколько дней до ВКД, как это принято на орбитальной станции, испытатели провели самостоятельную примерку скафандров. При разработке бортовой инструкции по действиям на поверхности была использована методика и форма документа, принятая для ВКД на российском сегменте МКС.

Сценарий действий на поверхности содержал эпизод имитации "случайного" падения испытателя на грунт, самостоятельный, с использованием альпенштока, или с помощью товарища, подъём на ноги (см. "Авиапанорама" №1-2011). Эпизод был с успехом неоднократно проигран, но, разумеется, при земном состоянии организма испытателей, не перенёсших тягот межпланетного перелёта.

Запланированная программа деятельности испытателей на имитаторе поверхности была выполнена в полном объёме, цели программы достигнуты. Скафандр "Орлан-Э" обеспечил реализацию двигательной активности испытателей и выполнение всего объёма движений и манипуляций, необходимых для целевых операций. Снижение массы системы "человек-скафандр" было достаточным применительно к условиям силы тяжести даже на Земле и позволяло испытателям перемещаться по поверхности без затруднений.

В среде специалистов, в частности американских, существует мнение, что для отработки марсианской экспедиции могут и должны быть использованы земные природные объекты. Станция Марсианского общества – MDRS (Mars Desert Research Station) установлена в пустынной местности штата Юта; аналогичная станция находится в кратере Хоутон у северного побережья острова Девон (Канадский Арктический архипелаг). Станции рассчитаны на проживание 6 человек со сменой экипажей каждые две недели. Предусматривается отработка методики исследований и аппаратуры.

Такая технология подготовки экспедиции, её пригодность для всей номенклатуры операций и всех этапов подготовки, её техническая и экономическая целесообразность, по

моему мнению, отнюдь не очевидны. Необходима дифференциация задач и применение соответствующих им методов обработки. Так, например, выход из ПВМ, его обход и осмотр, фоторегистрация не потребуют площадки с радиусом более 5–6 метров. Операции по забору проб грунта, камней, бурения, отбойки скальной породы, по установке приборов и т.п. могут быть отработаны на рабочем месте такого же радиуса. Оценки утомляемости, выносливости при пешем перемещении могут быть проведены на замкнутых маршрутах. Для определения устойчивости на склонах может быть сооружён макет микрорельефа. Таким образом, искусственный марсодром, разумно ограниченный по размерам и стоимости, вполне позволит выполнить обработку технологических операций и верификацию оборудования индивидуального применения.

Что же касается отдалённых зон исследования, то на Марсе, учитывая тяготение, которое в 2,37 раза более лунного и всего в 2,63 раза менее земного, никак без транспортных средств не обойтись, для испытаний которых и понадобятся природные объекты. Изыскать такой (или такие) полигон на территории России, без сомнения, вполне возможно, по крайней мере, в определённый сезон года.

В процессе выполнения операций были подтверждены технические и эргономические свойства инструментов, их совместимость с конструктивно-эксплуатационными особенностями скафандра и функциональными возможностями облачённого в скафандр человека. Отмечены необходимые улучшения, которые повысят качество и удобство применения оборудования. Эргодизайн электроинструментов, при небольших изменениях, может быть согласован с перчаткой скафандра в части некоторых органов управления. Очевидно, что в исследованиях на Марсе будут использоваться high tech-методы поисковых работ: ядерно-геофизические, бескерновые, каротажные и т.п., и соответствующие средства: автоматическая каротажная станция, буровая установка, уже упомянутые выше электроинструменты для отбойки образцов, сверления шпуров и др. Для экспедиции на Марс (или на Луну, или на астероид) уже сейчас может быть начато формирование специальных требований к геолого-поисковому оборудованию с целью адаптации его к космическим условиям и к человеку в скафандре.

Оборудование для проведения экспресс-анализов в области геохимии, биохимии, биологии позволит экипажу оперативно получать результаты и использовать эту информацию для корректировки направления и характера поисковых и исследовательских работ, что и является главным преимуществом и отличием человека по сравнению с автоматом. Но у человека есть не только креативные преимущества, в отличие от автомата человеку периодически нужен отдых. Следует отметить изменение в функциональной нагрузке ног по сравнению с условиями микровесомости, именно опорно-двигательный аппарат человека в условиях тяготения на Марсе следует, по возможности, разгружать и от веса скафандра, и от веса собственного тела. Сопоставление физиологических показателей с содержанием рабочих операций позволит рационально планировать нагрузку и отдых марсонавтов. Облик технических средств для разгрузки и отдыха – это объект будущей разработки.

Вопросом безопасности при падениях следует уделять особое внимание, учитывая массу связки "человек–скафандр" и марсианское ускорение силы тяжести 371см/с^2 , а также характер поверхности в виде остывшей лавы. На Земле известны породы под названием "вулканическое стекло", которые имеют раковистые режущие изломы или игольчатые образования, например, обсидиан (obsidianus lapis). Придётся позаботиться о защите органов управления, остекления гермошлема (решётка как у хоккейного вратаря) и перчаток скафандра, где на кончиках пальцев только однослойная оболочка. Наряду с целями эксперимента "Марс-500" по изоляции, планированию и организации деятельности экипажа, существуют конкретные проблемные задачи, нуждающиеся в

исследовании и последующем решении за рамками данного эксперимента, которые могли бы сопутствовать ему и его дополнять. Для подготовки десантной экспедиции на поверхность Марса ключевое значение приобретает проблема работоспособности космонавта после длительного пребывания в условиях невесомости в период межпланетного перелёта, в частности, хорошо известная в космической медицине проблема ортостатической неустойчивости. Сможет ли человек, без достаточного времени на реадaptацию к величине тяготения 0,38g, оставаться *Homo erectus*, сохранять вертикальное положение тела, осуществлять продуктивную двигательную активность?

Первым шагом в исследовании функциональных возможностей человека в заданных условиях может стать модельный эксперимент, предложенный и обоснованный в 2004 году (О.С. Цыганков. Десант на Марс. "Полёт", №4-2004, с.14-15). Два этапа исследований носят итеративный характер и проводятся в следующей последовательности.

1. Моделирование ситуации перехода организма человека к марсианской гравитации осуществляется реализацией АНОГ (антиортостатической гипокинезии), после чего испытуемый облачается в скафандр, обезвешивается до 0,38g и выполняет запланированные действия.

2. Следующий этап, второе приближение к реальности – это участие в эксперименте космонавтов из состава экипажа РС МКС после полугодового геоорбитального полёта. Возвращённые на Землю космонавты доставляются на базу испытаний, облачаются в скафандры, обезвешиваются до 0,38g и выполняют действия по программе исследований.

И на первом этапе, в процессе АНОГ, и, тем более, в полёте на МКС, проводятся штатные мероприятия по предупреждению снижения гравитационной устойчивости организма и отрицательного влияния невесомости на человека.

Таким образом, объективные и субъективные оценки состояния испытуемых на финише эксперимента являются одновременно и оценками действенности и достаточности средств и методов противостояния невесомости, имеющихся в арсенале космической медицины, в интересах поставленной задачи, и оценками корректности методики моделирования.

Следующим шагом в решении проблемы обеспечения работоспособности марсонавтов станет выбор или разработка пути получения положительного результата.

Основой решения мог бы стать опыт, наработанный за 50 лет пилотируемой космонавтики с учётом 437-суточного непрерывного геоорбитального полёта врача-космонавта В. Полякова. В том случае, если в результате предлагаемых экспериментов выяснится, что существующий подход не обеспечит приемлемого уровня работоспособности марсонавтов, в повестку дня встанут вопросы о создании и использовании дополнительных или новых медико-технических средств и технологий, в том числе и искусственной силы тяжести, которая может быть получена вращением всего экспедиционного комплекса или отдельного модуля, а также применением центрифуги короткого радиуса. Наиболее вероятно, что сохранение и поддержание работоспособного состояния марсонавтов будет обеспечиваться комплексом методов и средств того научно-технического горизонта, который будет достигнут ко времени конкретной подготовки экспедиции на Марс.

Как известно, на Марсе наблюдаются постоянно дующие и меняющиеся по направлению ветры. По опубликованным данным, в атмосфере Марса периодически возникают пыльные бури, порою глобального масштаба, не имеющие аналогов на Земле. Озабоченность вызывает воздействие ветровых нагрузок на марсонавта, особенно на фоне

неразрешённой пока проблемы ортостатической неустойчивости. Аналитическая оценка ветровой нагрузки на фронтальную плоскость скафандра при скорости набегающего потока углекислого газа 30 м/с и атмосферном давлении 6,1 мбар получена величиной 16,5...30 Н. По некоторым источникам, скорость ветра достигает 140 м/с. Можно предположить, что при такой скорости ветра, особенно при резких порывах, нагрузки на скафандр могут достигать значений, в разы больше указанных и запредельных для безопасности марсонавта.

Чтобы составить представление о воздействии ветровых нагрузок на испытателя в скафандре, был проведён следующий оценочный эксперимент в наземных условиях. При этом испытатель в вентиляционном скафандре "Орлан" под избыточным давлением 0,4 ат располагался в положении "стоя" на макете грунта с произвольным микрорельефом. Вес скафандра составлял ~ 60 кгс, что может быть близко к весу марсианского скафандра в условиях $g=0,38$; вес испытателя 75 кг. Сосредоточенная механическая нагрузка через динамометр прилагалась в точке расположения центра тяжести системы "человек–скафандр". Измерялась опрокидывающая сила, приводящая к наклону скафандра и к выводу проекции точки ЦТ из площади опоры, занимаемой подошвами ботинок скафандра. При наклоне на 12...15° от вертикали происходило падение испытателя. Такой наклон и падение назад происходило при приложении силы 30Н, падение вперёд – при 35Н. Эти результаты, несмотря на отличие условий эксперимента от ожидаемых на Марсе, дают пищу для осмысления проблемы и, возможно, распространения их на реальную ситуацию или использования для подготовки более корректных экспериментов. Прогнозируемая ветровая обстановка на Марсе ставит в повестку дня создание и оснащение ПВМ, а может быть, и скафандров, нетипичными для космической техники приборами с функциями древнего флюгера или анемометра: указание направление ветра и измерение его скорости. Прибор в модернизированном исполнении мог бы выдавать интегрированное показание величины ветровой нагрузки на скафандр и иметь звуковую тоновую индикацию.

ВКД на поверхности Марса является локальным фрагментом пилотируемой экспедиции. Исследования в этом направлении можно и целесообразно разворачивать уже в настоящее время с целью формирования концептуальных и методических подходов к решению многоаспектной проблемы полёта на Марс. Результаты имитации деятельности экипажа должны быть учтены на ранних этапах проектирования элементов межпланетного экспедиционного комплекса, что позволит исключить принятие неадекватных и неэффективных решений в части учёта человеческого фактора. Изложенные выше проблемы обеспечения деятельности человека на поверхности Марса далеко не исчерпываются, более того, они во множестве своём ещё не определены. Проведение исследований и разработок по теме ВКД на поверхности небесных тел, опережающих проектирование конкретного экспедиционного комплекса, не будет преждевременным и может стать вкладом России в международные проекты, в том числе, полёта на Марс.

Продолжение НИР по этому направлению в настоящий период может стать, как представляется, продуктом политического и, как следствие, финансового, а не научного и инженерно-технического решения. Прекращение или большая растянутость исследований во времени приведут к тому, что:

- анализ и интерпретация результатов перекладывается на последующие поколения исследователей;
- безответственность за принятие решений перекладывается на последующие поколения чиновников.

И то и другое – контрпродуктивно.

Победа за нами

www.interskol.ru, май 2011

Компания «Интерскол» поздравляет всех соотечественников и лично блестящего российского боксёра Дениса ЛЕБЕДЕВА с блестящей победой в поединке над экс-абсолютным чемпионом мира американцем Роем ДЖОНСОМ!

Поединок «Битва империй» (Battle Of Two Empires), спонсором которого выступила компания «Интерскол» – ведущий российский производитель электроинструментов и садовой техники, стал самым заметным событием в российском профессиональном боксе за последние несколько лет и вызвал небывалый ажиотаж. Недаром Дворец спорта «Динамо» в Крылатском 21 мая собрал полные трибуны, около 6 000 тысяч зрителей.

Занимающий первое место в рейтинг-листе Всемирной боксерской организации россиянин Денис Лебедев выиграл проводившийся в Москве рейтинговый поединок в 10 раундов у экс-чемпиона мира в четырех весовых категориях, экс-абсолютного чемпиона мира в весе до 79,38 кг американца Роя Джонса.

Начало было неспешным, американец выбрал тактику работы вторым номером, провоцируя соперника ошибаться. Внезапно у Роя Джонса открылось второе дыхание: Денис Лебедев пропустил два серьезных удара, и девятый раунд с большим преимуществом выиграл Джонс. Но в 10-м раунде, всего за 12 секунд до конца боя, российский боксёр провел серию мощных ударов, и американец оказался на полу, последовал технический нокаут.



Денис Лебедев сердечно поблагодарил представителя компании «Интерскол» за оказанную поддержку и с удовольствием принял подарок – цепную бензопилу ПЦБ 16/38Л/

Сеть «220 Вольт» продолжает активное развитие

www.master-forum.ru, май 2011

Сеть «220 Вольт» — ведущий розничный оператор на рынке электроинструмента: она объединяет под одним мультибрендом 74 магазина, работающих в 29 регионах России, и интернет-магазин, предоставляющий свои услуги на всей территории нашей страны. В ассортименте магазинов более 6000 наименований электроинструмента.



Стратегия компании — постоянное развитие, в том числе и расширение своего представительства в регионах. В ближайших планах на весну и лето — открытие дополнительных магазинов в Петербурге и Москве, а также запуск нового магазина в Новосибирске. В апреле состоялось открытие нового крупного дисконт-центра в самом центре Санкт-Петербурга — на Сенной площади.

Все товары, предлагаемые сетью «220 Вольт», можно приобрести и в интернет-магазине, крупнейшем по данному профилю в России. Он первым в нашей стране включил в свой ассортимент не только электро- и бензоинструмент и расходные материалы, но и запасные части. Интернет-магазин всегда готов качественно и оперативно выполнять заказы своих клиентов, постоянно совершенствуя уровень оказываемых услуг.

К конкурентным преимуществам торговой сети «220 Вольт» стоит отнести широкую сеть сервисных центров. Сейчас сервисные центры работают практически в каждом городе России.

Делегация «220 Вольт» посетила российский завод компании BOSCH

<http://www.220-volt.ru>, май 2011

Этой весной делегация «220 Вольт» по специальному приглашению немецкого концерна BOSCH посетила российский завод производителя в городе Энгельсе. Наши специалисты смогли наглядно ознакомиться с процессом производства, сборки и испытания электроинструментов именитой компании.

Для сотрудников «220 Вольт» была организована двухчасовая экскурсия по различным цехам завода: участникам делегации продемонстрировали сборочный, подготовительный, складской отделы. Вслед за чем наши специалисты были приглашены на конференцию, которую провел один из представителей BOSCH. В рамках конференции состоялась презентация новинок немецкого концерна, а также подробный семинар-обучение, посвященный всей продукции производителя в целом, а также развитию компании.



Представители «220 Вольт» отмечают, что наибольший интерес вызвала именно экскурсия по заводу. «Я сам когда-то работал на заводе, видел неоднократно, как там все происходит. Но ранее никогда не сталкивался с европейскими стандартами, реализованными на территории нашей страны. Меня впечатлила полная автоматизация линий производства инструментов: человек там играет исключительно механическую роль, когда нужно что-то поставить, передвинуть, нажать какую-то кнопку. А большую часть работы выполняет сложнейшее оборудование. Именно после этого я понял, что не играет никакой роли, произведена сборка инструмента в России или, например, в Китае. Ведь все настолько автоматизировано, что от человека ничего толком не зависит, и сборка надежна независимо от страны, где она была произведена», - поделился с нами своими впечатлениями один из участников делегации, администратор магазина «220 Вольт» на Пионерской Виктор Липинский.

Значительное впечатление произвело и посещение тестовой лаборатории BOSCH. Немецкий концерн на деле подтверждает утверждение о том, что европейское качество – самое надежное. Прежде чем инструмент направляют в продажу, он досконально изучается в тестовой лаборатории. Его подвергают различным нагрузкам, проверяют эргономичность и удобство в эксплуатации. На мировой рынок электроинструмента попадает уже конечный продукт, в котором производители уверены на сто процентов. В тестовой лаборатории разрабатываются и новинки BOSCH. Этот процесс происходит под грифом «секретно», но участникам делегации «220 Вольт» были продемонстрированы

образцы дрелей, которые появятся в будущем, и на сегодняшний день только проходят стадию испытаний.

Благодаря поездке специалисты нашей компании получили новые знания. «Мне теперь легче объяснять покупателям особенности инструмента BOSCH, потому что я своими глазами видел, как его собирают», - резюмировал Виктор Липинский.

Посещение завода BOSCH – не последнее из ряда подобных мероприятий. В «220 Вольт» запланированы визиты и к другим ведущим производителям электро- и бензоинструмента, о которых вы узнаете, следя за нашими новостями.

Новинки Bosch снова занимают лидирующее положение в классе 2-килограммовых перфораторов

"ПромIndustry. Россия промышленная.", май 2011



На смену перфораторам GBH 2-26 DRE и DFR Professional приходит новое поколение инструментов - модели GBH 2-28 DV Professional и GBH 2-28 DFV Professional. Мощность данной модификации на 50 Вт больше предшественников, а энергия единичного удара превышает прежние характеристики подобных инструментов – на 20%. Благодаря этим параметрам данные модели являются самыми мощными в классе 2-килограммовых перфораторов. Новинки также отличает система активного гашения вибрации,

которая позволяет снизить уровень вредной для здоровья вибрации на 30% (с 15 м/с² до 11 м/с²). Благодаря этому перфораторами можно работать вдвое дольше, чем прежде.*

Новые перфораторы с энергией единичного удара в 3,2 Дж обеспечивают самую высокую производительность, как при сверлении большого количества отверстий, так и при выполнении долбежных работ, например, при прокладке каналов в стенах.

Обе новинки снабжены всеми функциями, присущими профессиональным 2-килограммовым перфораторам, такими как: выключатель с режимом акселератора, поворотный щеткодержатель, шарнирное крепление кабеля, режим долбления, патрон SDS-plus (версия DV) или быстросменный патрон SDS-plus (версия DFV).

Перфораторы GBH 2-28 DFV Professional и GBH 2-28 DV Professional поступят в продажу в сети официальных торговых партнеров **Bosch** в мае 2011 г. Потребители смогут выбирать между вариантами в пластиковом чемодане и в кейсе L-BOXX.

Подразделение электроинструментов Группы компаний Bosch - мировой лидер в сфере производства электроинструментов и оснастки. В 2010 г. объем продаж подразделения составил около 3,5 млрд евро, 90% которых получено за пределами Германии. Основными принципами подразделения, представляющего такие бренды, как Bosch, Skil и Dremel, являются внимание к клиенту и технический прогресс, а его успех базируется на значимости и скорости инноваций. **Ежегодно подразделение электроинструментов Bosch выпускает более 100 новых продуктов. В 2010 г. почти 40% оборота подразделения составили новинки последних двух лет. Ручные электроинструменты, настольные инструменты, оснастка, измерительные инструменты и садовые электроинструменты Группы компаний Bosch лучшие из представленных на рынке.**

Группа компаний Bosch является ведущим мировым поставщиком технологий и услуг. В отчетном 2010 г. около 285 тыс. сотрудников обеспечили продажи на сумму 47,3 млрд евро по четырем направлениям деятельности: автомобильные технологии, промышленное оборудование, потребительские товары и техника инженерных коммуникаций. В Группу компаний Bosch входит компания Robert Bosch GmbH и более 350 дочерних предприятий и региональных компаний приблизительно в 60 странах. Вместе с партнерами в сфере продаж и обслуживания компания Bosch представлена почти в 150 странах. Широкая международная конструкторская, производственная и торговая сеть является основой для

будущего роста компании. В 2010 г. компания Bosch вложила 3,8 млрд евро в научные исследования и разработки, а также подала заявки на получение более 3 800 патентов по всему миру. Предлагая свою продукцию и услуги, компания Bosch повышает качество жизни за счет инновационных и полезных разработок.

За дополнительной информацией обращайтесь на сайты: www.bosch.ru, www.bosch.com, www.bosch-press.com, и www.125.bosch.com.

* В соответствии с Директивой ЕС об уровне вибрации 2002/44/EG

Uponor представляет в России уникальные монтажные инструменты Milwaukee

Press-Release.Ru, май 2011



Компания Uponor, в рамках партнерства с Milwaukee Electric Tool Corporation, выводит на российский рынок монтажные инструменты M12 и M18 для монтажа системы Q&E (Quick&Easy), оборудованные автоматически вращающимися расширительными головками. На данный момент в отрасли нет предложений, сопоставимых с данным решением по мощности и удобству эксплуатации.

Инструменты обладают высокой скоростью расширения и вращения, что позволяет пользователям производить монтаж до четырех раз быстрее. Легкий и малогабаритный инструмент дает возможность работать одной рукой, что делает новинку особенно удобной и позволяет применять ее в труднодоступных местах. Совместимость более чем с 25 инструментами Milwaukee расширяет сферу использования новых инструментов и превращает их в востребованное универсальное решение для профессионалов.

Цельнометаллические шестерни и встроенный металлический каркас повышают прочность M12 и M18, позволяя им выдерживать даже экстремальные нагрузки. Инновационный привод от аккумуляторов Milwaukee, созданных с использованием технологии RedLithium-ION, определяет их высокую производительность и позволяет пользоваться инструментом в течение длительного времени без дополнительной подзарядки.

Расширительный инструмент M12 Q&E позволяет достичь полного и точного расширения на месте соединения за 10 секунд. Срабатывает при одном нажатии. Прямоугольный дизайн со светодиодной подсветкой дает возможность легко монтировать Q&E на ограниченных по площади участках. Замена расширительных головок Uponor может быть произведена без применения специального инструмента. Предполагаемое использование: трубы $\leq \text{Ш } 32 \times 2.9 \text{ мм}$, $\leq \text{Ш } 25 \times 3.5 \text{ мм}$.

Расширительный инструмент M18 Q&E отличается особой прочностью к внешним воздействиям благодаря встроенному магниевому каркасу. Инструмент снабжен рабочей светодиодной подсветкой с затуханием, которая освещает темные рабочие пространства и выключается автоматически. Все расширительные головки Uponor до 40 мм легко заменяются без инструмента. Предполагаемое использование: трубы $\leq \text{Ш } 40 \times 3.7 \text{ мм}$, $\leq \text{Ш } 32 \times 4.4 \text{ мм}$.

«Соглашение о партнерстве, заключенное между Uponor и Milwaukee Electric Tool Corporation в начале текущего года, имеет большое значение для обеих наших компаний, - отмечает генеральный директор ЗАО «Упонор Рус» Дмитрий Вирченко. - Объединив усилия, мы сможем расширить спектр комплексных предложений, которые помогут специалистам строительной отрасли повысить эффективность их работы».

Maruyama: экспансия продолжается... Цепная бензопила Maruyama MCV3100 S и бензокоса Maruyama BC 420 H-RS

www.master-forum.ru, май 2011

Японский бренд Maruyama — новое имя на нашем рынке. Он появился только в этом году, хотя прекрасно известен во многих странах как производитель техники премиум-класса: оборудования по устранению последствий стихийных бедствий, промышленных насосов высокого давления и ручной моторной садовой техники — воздуходувок, ранцевых опрыскивателей, бензопил, кусторезов, бензокос и расходных материалов к ним. История бренда началась еще в позапрошлом веке, в 1895 году. Эксклюзивный представитель торговой марки Maruyama в России — компания [Iatec](#).

Maruyama MCV3100 S

Цепная бензопила



ТИП: профессиональный

ДВИГАТЕЛЬ: 30,1 см

МОЩНОСТЬ: 1,25 кВт (1,7 л.с.)

ОБЪЕМ ТОПЛИВНОГО БАКА: 0,23 л

ДЛИНА ШИНЫ: 30 или 35 см в зависимости от комплектации

ЦЕПЬ: 3/4"×1,3 мм

СМАЗКА ЦЕПИ: насос — автоматический; объем масляного бака — 0,18 л

ВЕС: 3,5 кг

БЕЗОПАСНОСТЬ: автоматический инерционный тормоз цепи; антивибрационная система; металлический зубчатый упор

ЦЕНА: 11 800 руб.

Обычно понятие «профессиональный» применительно к бензопиле предполагает нечто мощное и габаритное. Но эту модель можно смело относить к «профи», невзирая на скромные вес и мощность. Впрочем, у нее есть «одноручный» аналог-сучкорез — Maruyama 3100 TS.

Конструкция пилы интересна, прежде всего, горизонтальным расположением двигателя. За счет этого уменьшилась высота, что позволяет использовать ее для расчистки завалов и работ в труднодоступных местах, где агрегат стандартной конструкции будет постоянно задевать корпусом за окружающие предметы.

Нетипична и вся компоновка пилы: горловины для заливки масла и топлива находятся на передней части левой боковины, одна над другой. Глушитель «переехал» на правый бок, за шину. Боковая крышка с передним щитком и тормозным механизмом заодно прикрывает металлические части глушителя и исключает возможность обжечься. В конструкции стартера применена система Reverse Start 2, уменьшающая обратный удар при заводке и требующая всего треть усилия по сравнению с обычной системой запуска.

За своевременную подачу искры отвечает электронно-транзисторное зажигание, в системе питания используются праймер и мембранный карбюратор Walbro на отдельном антивибрационном подвесе.

Листовой нетканый фильтр требует минимального обслуживания, при загрязнении легко стирается. Доступ к нему упрощен, инструмента не требует. Прочие элементы тоже соответствуют профессиональному исполнению: регулируемый маслонасос,

полуавтоматическое управление заслонкой, инерционный тормоз и эффективная многоточечная система виброгашения.

Пила рекомендована для профессиональных озеленителей, расчистки завалов и как вспомогательная при валке — для обрезки веток. Конечно, применение ей найдется и в быту, и в строительстве.

Maruyama BC 420 H-RS

Бензокоса



ДВИГАТЕЛЬ: 2-тактный, 41,5 см

МОЩНОСТЬ: 1,84 кВт (2,5 л.с.)

ОБЪЕМ ТОПЛИВНОГО БАКА: 1,0 л

РЕЖУЩЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ: катушка с леской толщиной 2,4 мм; стальной нож

ШИРИНА ЗАХВАТА: леской — 43 см, ножом — 25,5 см

ВЕС: 7,8 кг;

ЦЕНА: 18 095 руб.

Мощная профессиональная коса, предназначенная для работ на больших территориях. У двигателя Maruyama AE420 есть ряд интересных особенностей. По отдельности их можно встретить и у других марок, а вот в комплексе — значительно реже.

К каждой можно приписать: «гарантирует высокий ресурс деталей, облегчает и упрощает работу...». Просто перечислим их.

Игольчатые роликовые подшипники на концах шатуна и высокоскоростные шариковые на опорах коленвала. Шатун из хромомолибденовой стали. Зеркало гильзы цилиндра для увеличения износостойкости обработано хромом. Цилиндр при необходимости легко снимается, достаточно отвернуть пять болтов и отсоединить два шланга. Высоковольтный провод свечи зажигания — сменный. Система запуска Reverse Start 2 (о которой уже упоминалось). Топливный бак увеличенного объема с высокой изогнутой заливной горловиной, с отдельной трубкой системы вентиляции и металлической защитой от повреждений.

Карбюратор Walbro WYK и праймер в топливной системе. Коррозионностойкий алюминиевый разъемный глушитель. Аналогично выполнен и механизм привода: кованый вал диаметром 8 мм с резьбовым соединением на конце муфты поддерживается в двух парах подшипников и пяти опорных втулках из мягкой бронзы.

Производитель дает на вал пожизненную гарантию. Штанга и корпус редуктора изготовлены из прочных алюминиевых сплавов. Шестерни обслуживаемого редуктора с хромомолибденовой спиральной зубчатой передачей установлены на четырех опорных подшипниках. Привод в таком исполнении передает минимум вибраций.

Допускается постоянная эксплуатация с различными типами режущего оборудования в течение полного рабочего дня. Все нагруженные детали косы выполнены из высококачественных материалов и отполированы для уменьшения износа и снижения механических напряжений.

**Эксклюзивный представитель Maruyama в
России: компания Iatec**

Адрес: 119602, Москва, ул. Коштоянца, д. 20,
корп. 2

Тел.: +7 (495) 788-8915, 984-7481. Факс: +7 (495)
661-0894

Сайт: www.iatec.ru. E-mail: info@iatec.ru. ICQ: 574-
189-020

Сервис-центр: 127238, Москва, 3-й

Нижнелихоборский проезд, д. 1, стр. 2

Тел.: +7 (495) 649-0349, (499) 409-1558/1568, (926)
513-8201. E-mail: service@iatec.ru



Worx: разные и непохожие. Цепная электропила WG302E и электрический садовый пылесос-воздуходувка WG501E

www.master-forum.ru, май 2011

Бренд Worx принадлежит компании Positec Power Tool Group, основанной в 1994 году. Сейчас под этой маркой предлагается широкий спектр садовой и парковой техники для любителей и профессионалов. Модели выделяются среди продукции других марок, прежде всего, своим необычным дизайном в сочетании с удобством пользования.

Основной принцип компании Worx — бережное отношение к окружающей среде. Один простой двухтактный мотор бензиновой газонокосилки дает больше выбросов, чем 11 современных автомобилей за то же время работы. Поэтому в ассортименте не встретить технику с бензодвигателями — только электрические моторы, работающие от сети или аккумулятора, более дешевые в эксплуатации и безвредные для окружающей среды.

В России марку Worx представляет компания Iatec.

Worx WG302E

Цепная электропила



ТИП: бытовой
ПОТРЕБЛЯЕМАЯ МОЩНОСТЬ: 2000 Вт
ДЛИНА ШИНЫ: 35 см
ЦЕПЬ: 3/8"х1,3 мм
СМАЗКА ЦЕПИ: насос —

автоматический; объем масляного бака — 0,2 л

ВЕС: 4 кг

БЕЗОПАСНОСТЬ: тормоз цепи; металлический зубчатый упор; цепеуловитель

ЦЕНА: 6295 руб.

Цепная электропила — один из самых востребованных инструментов для дачного жителя, простой, недорогой и полезный.

Рынок предлагает широкий ассортимент пил на любой вкус, и затеряться среди этого разнообразия очень легко. Однако дизайн сразу выделяет пилу WG302E в ряду аналогов, удобство тоже на высоте. Вес невелик, длины шины достаточно для практически любой работы в быту. Оригинальная система натяжения цепи максимально проста в эксплуатации: после установки нужного натяжения не требуется закручивать никакие фиксаторы или гайки — механизмы натяжения и фиксации объединены.

Регулируют пилу одной-единственной ребристой рукояткой-маховичком большого диаметра, удобной даже при работе зимой в толстых перчатках.

Конструкция передней рукоятки позволяет работать и в горизонтальной, и в вертикальной плоскостях. Масляный бачок расположен над шиной, между передней рукояткой и тормозным щитком, в месте, защищенном от случайных ударов. Окно для контроля уровня масла широкое, хорошо видимое при работе. Задняя ручка — с резиновой противоскользящей вставкой. Широкая нижняя часть задней рукоятки придает пиле дополнительную устойчивость при установке ее на верстак. Несъемная пластина

металлического зубчатого упора бережет корпус от повреждения, если цепь вдруг заклинит в пропиле. Кстати, зубчатый упор дисциплинирует не слишком опытного пользователя, приучая его работать, держа пилу как можно ближе к распиливаемому материалу: так безопаснее, к тому же при работе с толстым деревом изредка можно немного «поднажать». Цепеуловитель двойной: металлическая пластина на корпусе дублируется пластиковой защитой, отлитой на боковой крышке. Шина Oregon характеризуется малой склонностью к обратному удару — за счет эллиптической формы концевой части. Основной защитный элемент — механический тормоз-выключатель — обеспечивает моментальную остановку в том случае, если обратный удар все-таки произошел и пилу «отбросило» от распила.

В 2010 году пила тестировалась редакцией журнала и подтвердила полное соответствие заявленным параметрам безопасности (подробности читайте в зимнем выпуске «Garden Tools» за 2010 год. — Прим. ред.).

Worx WG501E

Электрический садовый пылесос-воздуходувка



МОЩНОСТЬ: 3000 Вт

ПАРАМЕТРЫ ВОЗДУШНОГО ПОТОКА (макс.):

скорость — 93 м/с, производительность — 10 м²/мин

ЕМКОСТЬ МЕШКА: 54 л

ВЕС: 3,8 кг

ЦЕНА: 5750 руб.

Worx WG501E — многофункциональный переносной садовый агрегат, совмещающий сразу три разные функции: воздуходувки, пылесоса и садового измельчителя. Он очень легкий, им можно управлять одной рукой. Переключение режимов — с помощью рычажка. Чтобы реже разматывать домашние удлинители, аппарат снабдили собственным двенадцатиметровым кабелем.

Принцип работы, как у обычного пылесоса. Электродвигатель вращает турбину, воздушный поток проходит через верхнюю трубу, а дальше направляется либо на выдув, либо на всасывание в зависимости от положения переключателя режимов. В режиме воздуходувки воздушный поток направляется по нижней трубе со скоростью до 335 км/ч. Для регулирования скорости потока имеется поворачивающийся 7-позиционный переключатель (оранжевый цилиндр на нижней трубе).

Чтобы перевести аппарат в режим пылесоса, нужно подсоединить мешок мусоросборника и повернуть рычажок, тем самым перекрыв нижнюю трубу заслонкой. Собранный мусор перед попаданием в мешок мульчируется, то есть мелко измельчается лопатками турбины и в итоге занимает немного места (до 10 % от первоначального объема). Мешок снабжен молнией, полученную труху можно высыпать в мусор или компостную кучу.

Такая конструкция выгодно отличается от многих аналогов. Никакого инструмента для сборки и перенастройки не нужно. Блок электродвигателя и насадка крепятся на единственной защелке, разъединить их реально за секунды (конечно, есть и блокировка, не позволяющая включить двигатель без насадки).

Изогнутая приемная труба и полукруглая рукоятка с нескользящей вставкой позволяют подобрать мусор у стен или в труднодоступных местах, не затрачивая на это лишних усилий.

**Эксклюзивный представитель Maruyama в
России: компания Iatec**

Адрес: 119602, Москва, ул. Коштоянца, д. 20, корп. 2
Тел.: +7 (495) 788-8915, 984-7481. Факс: +7 (495) 661-0894

Сайт: www.iatec.ru. E-mail: info@iatec.ru. ICQ: 574-189-020

Сервис-центр: 127238, Москва, 3-й

Нижнелихоборский проезд, д. 1, стр. 2

Тел.: +7 (495) 649-0349, (499) 409-1558/1568, (926) 513-8201. E-mail: service@iatec.ru



Ежегодная пресс-конференция концерна Würth, посвященная итогам деятельности компании в 2010 году



www.master-forum.ru, май 2011

- Годовой объем продаж 2010 увеличен на 14,8% до 8,6 млрд евро
- Операционная прибыль выросла на 63,8% до 386 млн евро
- Количество сотрудников по данным на 31 марта 2011 г. – 64 140 человек
- 635 млн евро направлены на развитие, инфраструктуру и логистику в 2011 году
- В первой четверти 2011 года рост продаж составил 18,6%

«Предприимчивость вдохновляет нас. Способность идентифицировать важнейшие факторы роста и внимательно отнестись к их реализации являются ключом к долгосрочному развитию», – именно с этих слов начал своё выступление Председатель руководства концерна Роберт Фридман на ежегодной пресс-конференции Группы компаний Würth, которая состоялась 6 мая в Германии и была посвящена подведению итогов деятельности компании в 2010 году и ее планам на будущий год. «В 2011 году, чтобы увеличить нашу долю рынка, мы намерены сосредоточиться на нашей главной специализации – на продажах. Уже первая четверть 2011 года показала успешный старт компании и увеличение продаж на 18,6%».

Разделение каналов продаж по различным сегментам

Система организации продаж всегда была приоритетным направлением деятельности концерна. Однако основным акцентом прошедшего года стала ее адаптация к современным условиям рынка и актуальным потребностям клиентов. «2010 год показал рост продаж во всем мире. Нашей целью было быстрое и непропорциональное развитие, которое способствовало завоеванию огромной доли на рынке. В том случае, если мировой экономический рост замедляется, мы имеем возможность для укрепления дальнейшего совершенствования позиций на рынке благодаря нашим более сильным сторонам», – поясняет Фридман. Чтобы реализовать этот непропорциональный рост, Würth опирается, в первую очередь, на фокусные предложения для разных сегментов клиентов, включающие в себя инновационные продукты и специализированные услуги. Благодаря четкому разделению сегментов рынка, компания может выявить индивидуальные потребности каждой группы клиентов – это еще один секрет успеха Würth. «Наш штат сотрудников, занятых в сфере продаж насчитывает более 30 000 специалистов, что является абсолютным рекордом в мире. Наряду с расширением отдела продаж мы заинтересованы в развитии собственной сети магазинов, что также является важным элементом стратегии 2011 года. Для того чтобы удовлетворить потребности клиентов по всему миру, продукция Würth представлена в более чем в 1 000 магазинах», – продолжил Фридман.

Российское отделение концерна ЗАО «Вюрт-Русь» следует тем же курсом. В 2010 году, помимо существующих базовых направлений – Автомобильного, Строительного и Металлообрабатывающего – было сформировано и показало хорошие результаты новый дивизион: Машиностроительная Индустрия (подписаны первые контракты на поставку крепежа для сборочных линий по системе Kan-Ban). Взрывообразный рост показало вновь сформированное подразделение OrsyMobil, предлагающее достаточно редкий для российского рынка продукт - оборудование для мобильных мастерских.

На протяжении 2010 года «Вюрт-Русь» продолжала работу по расширению собственной сети магазинов формата DIY. В настоящий момент открыто 14 магазинов в Центральном, Южном и Приволжском федеральных округах. В 2011 году планируется довести количество магазинов до 20.

Растущие показатели во всех регионах

Прибыль компании Wurth по сравнению с прошлым годом увеличилась на 14,8%. В результате объем продаж составил 8,6 млрд евро, а операционная прибыль – 400 млн евро. Продажи по основному направлению концерна, торговле инструментом и крепежными материалами, выросли в 2010 году на 11,5%. В подразделении Wurth Elektronik произошло увеличение продаж на 63,6%, в производственном – на 18,7%.

ЗАО «Вюрт-Русь» закончила 2010 год успешно, о чем свидетельствуют максимальные за последние 10 лет темпы роста, составившие 35%. Еще одним показателем активного развития компании стал новый рекорд по объему реализации, который составил в годовом исчислении 783 млн рублей, прибыль при этом достигла показателя в 72 млн рублей.

Первая четверть 2011 года охарактеризовалась хорошими темпами роста – оборот компании «Вюрт-Русь» увеличился на 40%, что явилось еще одним шагом на пути реализации стратегии по превышению уровня годового объема продаж в 1 млрд рублей.

Финансирование

«Операционная прибыль превысила ожидаемые показатели, что также явилось результатом разработки эффективной системы продаж», – подчеркнул Роберт Фридман. В 2010 году прибыль увеличилась на 63,8% и составила 385 млн евро, в то время как в прошлом году эта сумма составляла 235 млн евро. В общей сложности собственный капитал Группы компаний Wurth насчитывает порядка 2,9 млрд евро. Финансовая независимость концерна подтверждается положительной кредитной историей таких рейтинговых агентств как Standard & Poor's и Fitch Ratings, которые признали позитивное развитие компании и изменение статуса «перспективный» на «стабильный». «Высокая ликвидность – центр нашего внимания. Таким образом, мы можем оперативно и гибко реагировать на новые возможности на рынке капитала. В ближайшее время компания планирует воспользоваться благоприятной ситуацией на рынке и выпустить корпоративные облигации», – сообщает Роберт Фридман.

Увеличение штата сотрудников

За счет активного развития бизнеса компания Wurth расширяет штат сотрудников, общее количество которых в 2010 году увеличилось на 7,9% до 62 433 человек (по состоянию на 31 декабря 2010 года). Подбор персонала, прежде всего, направлен на расширение отдела продаж. На долгосрочной основе в компании работают более 30 000 торговых представителей.

Тенденция увеличения штата сохранилась и в первом квартале 2011 года, по всему миру были наняты порядка 2 000 новых сотрудников. В общей сложности за последние 12 месяцев в компанию были приняты около 5 600 сотрудников.

В соответствии с планами развития ЗАО «Вюрт-Русь», численность персонала на конец 2011 года должна достичь 260 человек. При этом численность службы продаж возрастет до 180 человек.

Инвестиции для обеспечения будущего роста – Vision «2020-20»
Группа компаний Wurth повысила свою инвестиционную деятельность с 261 млн евро в

2009 году до 283 млн евро в 2010. Основные затраты были направлены на расширение возможностей и развитие складской сети, а также на производственные участки, машины и оборудование. В 2011 году компания намерена повысить свои инвестиции до 635 млн евро. В первую очередь, они будут нацелены на развитие логистики. Кроме того, значительная часть средств будет направлена на строительство учебного центра в швейцарском городе Поршах, закончить которое планируется до 2013 года.

Компания «Вюрт-Русь», с одобрения головного предприятия концерна, начала реализацию инвестиционного проекта стоимостью около 10 млн евро, рассчитанного на 3 года. В рамках проекта будет сдан в эксплуатацию офисно-складской комплекс площадью 10 тыс. квадратных метров в районе поселка Мосрентген Московской области и осуществлен переход на программное обеспечение SAP.

Würth непрерывно инвестирует в развитие продаж по всему миру. «Я с оптимизмом смотрю в будущее, в 2011 году мы ожидаем дальнейший рост, однако, сам по себе он не случится, поэтому мы хорошо подготовились», – сказал Фридман.

Программа Группы компаний Würth на 2011 год нацелена на достижение двузначных показателей роста, следствием чего станет увеличение операционной прибыли до 550 млн евро. Штат сотрудников будет расширен на 7%, что позволит обеспечить и сохранить будущий рост. Компания планирует привлечь около 3 000 новых торговых представителей.

Что касается долгосрочного планирования, Роберт Фридман прогнозирует увеличение продаж до 20 млрд евро до 2020 года и расширение штата сотрудников до 100 000 человек по всему миру.

КРАТКАЯ СПРАВКА

Группа «Вюрт» была основана в 1945 году в Германии Адольфом Вюртом. На сегодняшний день фирма представлена в 80 странах мира 400 независимыми компаниями и имеет в своем штате более 65 000 сотрудников и насчитывает более 3 млн. клиентов по всему миру. «Вюрт» является абсолютным лидером своего сегмента на немецком рынке и уверенно завоевывает первые позиции в России.

ЗАО «Вюрт-Русь» является одним из подразделений немецкого концерна, представляя собой яркий пример классической компании прямых продаж. Основное направление деятельности компании – поставка оборудования для монтажа, конструкционного оборудования, химико-технической продукции, изоляционных материалов, фурнитуры, ручного, электрического и пневматического инструмента. Компания имеет собственный департамент по разработке и внедрению новых технологий, держит множество патентов по применению и дизайну.

Официальный сайт Würth: www.wurth.ru

AL-KO: большая семья. Интервью вице-президента компании Франка Дицмана

www.master-forum.ru, май 2011



Ни один номер журнала «GardenTools» не обходится без информации о новинках компании AL-KO. И это понятно, ведь это одна из наиболее популярных торговых марок садовой техники в России. Естественно, что такой крупный производитель каждый сезон радуется новыми моделями как своих старых поклонников, так и тех, кто только стал членом большой «семьи AL-KO», объединяющей пользователей садовой техники по всему миру.

2011 год для AL-KO особенный — компании исполняется 80 лет. С просьбой рассказать о том, с каким «багажом» концерн встречает юбилейный год, мы обратились к вице-президенту компании доктору Франку Дицману.

Итак, для компании текущий год — юбилейный. Какие основные вехи она пережила на этом долгом пути?

AL-KO Kober Group основана в 1931 году. Производить газонокосилки мы начали с 1966 года. Затем последовали садовые мини-тракторы, измельчители и другая садовая техника. К настоящему времени AL-KO — крупный концерн, объединяющий более 40 дочерних предприятий в разных странах.

Чтобы не быть голословным, приведу такие цифры: AL-KO производит около 600 тысяч газонокосилок в год, по объемам производства занимая четвертое место в Европе. Помимо садовой техники, мы предлагаем автоприцепную технику, а также вентиляционные и климатические установки. Если говорить о России, то здесь мы присутствуем с 1991 года.

Какие бренды принадлежат компании и в каких странах они наиболее востребованы?

Компании принадлежит несколько брендов.

AL-KO — это широкий спектр техники для газона и сада, насосной техники. Основной рынок сбыта — Европа (Германия, Австрия, Франция, Италия, Россия, Польша, Чехия, Венгрия, Англия, Испания, Украина, Словакия, республики бывшей Югославии).

AL-KO Powerline — техника премиум-класса, представлена лишь в специализированной торговле. Основной рынок сбыта — Европа.

Brill — традиционная немецкая марка, востребованная в Германии, России, Италии и Польше. Sigma — в Италии и Франции, странах Северной Африки. Ginge широко представлена в Скандинавии.

Цель нашей компании — объединение всех перечисленных марок под брендом AL-KO.

Какие позиции в ассортименте AL-KO наиболее «сильные»? И какими моделями, какой техникой гордится сама компания?

Наиболее востребованы газонокосилки, мотокосы, насосная группа. К слову, в России спрос на бензиновые и электрические мотокосы пока превышает спрос на газонокосилки.



Наша гордость — газонокосилки серии AL-KO Powerline Aluline, с долговечным, особо прочным корпусом из алюминия, с бесступенчатым регулятором скорости задних колес. А также газонные тракторы, насосы HWF со встроенным предварительным фильтром, насосы серии Twin — в одном устройстве объединены все преимущества насосов для чистой и грязной воды.

Расскажите коротко о новинках.

Особо выделю «Акватроллей» — мобильное устройство для полива: в странах Европы оно уже пользуется большой популярностью. Также газонокосилка-робот, аккумуляторные садовые ножницы.

В последнее время тема инноваций на слуху у жителей нашей страны. Насколько подход предприятия к созданию техники инновационный?

Наши технические инновации основаны на идеях, определяющих пути дальнейшего развития. За нашей компанией числится более 700 патентов — это говорит само за себя.

У AL-KO есть свое исследовательское отделение с конструкторским бюро, стендами и полигоном. Владельцы компании ежегодно вкладывают несколько миллионов евро в разработку и освоение новой техники. Именно наша компания разработала первый в мире рыхлитель с аэратором Combi Care с двумя легко заменяемыми сменными рабочими валами — для проведения аэрации газона и его прореживания. Он пользуется огромным спросом и поэтому часто копируется конкурентами. Другой пример — тот же самый «Акватроллей».

На каких площадках расположено производство? Все ли вы производите на своих заводах или что-то заказываете на других? И наоборот — делаете ли вы что-то по заказу других компаний?

Основные виды продукции AL-KO принципиально выпускает на собственных заводах, расположенных преимущественно в Западной Европе. География производства следующая.

В Австрии расположен наш основной собственный завод по производству газонокосилок, газонных тракторов и измельчителей. Кроме того, наш партнер в Австрии делает тачки очень высокого качества.

В Германии мы выпускаем садовые пылесосы, электрические цепные пилы, садовые пруды.

В Италии у нас есть завод, который производит газонокосилки. Культиваторы, мотоблоки, фронтальные косилки, триммеры и несколько видов насосов делаем тоже в Италии, на заводах наших партнеров.

В Чехии наш эксклюзивный партнер выпускает бетоносмесители высокого качества (раньше этим занималась Австрия). В Чехию перенесено все оборудование и все ноу-хау.

Китай: насосы, аэраторы и ограниченный ряд электрических косилок. Они разработаны и испытаны в Германии. Завод нам не принадлежит, но работает эксклюзивно на нас, по нашим чертежам и нормам и под нашим же контролем. Мотокосы и цепные пилы тоже родом из Китая.

Перенос производства в Китай вызван конкурентной борьбой, вытеснившей по этим видам продукции европейского производителя практически у всех участников рынка. Необходимо отметить, что к подбору заводов-партнеров мы подходим крайне осторожно и предъявляем к ним очень высокие требования. Контроль качества и единые нормы AL-KO — во главе угла!



Мы долго искали надежных партнеров в Китае и потому сегодня без опаски предлагаем эту продукцию потребителю. Поэтому (в отличие от некоторых конкурентов) не боимся указать действительную страну происхождения и дать 3 года гарантии на все косилки и насосы!

Какова география продаж техники? Есть ли особенности у российского рынка садовой техники?

Европа — основной рынок сбыта. Спрос зависит от специфики стран. Например, в Австрии, Германии, Дании, Польше и Чехии особенно популярны газонокосилки. В России и во всей Восточной Европе спрос на косилки растет, но пока что люди охотнее покупают мотокосы, триммеры и насосы. Российский рынок отличается большим спросом на насосы, культиваторы, садовые пруды, бетоносмесители и тачки.

Как устроен сервис AL-KO в России?

На данный момент у нас около 200 авторизованных сервисных центров в различных уголках страны. Компания AL-KO постоянно расширяет сеть авторизованных сервисных центров на территории России. Мы приглашаем сервисы и заинтересованных лиц к сотрудничеству, для организации гарантийного и послегарантийного обслуживания садовой техники AL-KO в городах РФ.

Как компания преодолела трудности, связанные с мировым финансовым кризисом? Известна поговорка: «То, что нас не убивает, делает нас сильнее». Можно ли сказать, что AL-KO стала в чем-то сильнее благодаря кризису?

В кризис нам помогла диверсификация концерна.

Вся деятельность AL-KO Kober ориентирована на рентабельность предприятия, на взаимовыгодные отношения с клиентами и партнерами, а также сотрудниками фирмы.

Кстати, именно во время кризиса наша компания приобрела все права на товарный знак и общую товарную программу Brill, тем самым значительно увеличив свою долю рынка в сегменте газонной техники.

AL-KO возникла и продолжает существовать и развиваться благодаря семье Кобер. То есть, во многом это семейное предприятие. Можно ли сказать, что и покупатели техники AL-KO по всему миру — одна большая «семья»?

Действительно, на протяжении 80 лет компания находится в руках семьи Кобер. В современном мире слишком мало времени остается на подлинные ценности, семью и друзей. Свободное время и отдых в собственном саду являются теми неотъемлемыми аспектами, от которых не хотелось бы отказываться. Садовая техника AL-KO облегчает работу и экономит время.

Конечно же, покупатели техники AL-KO — одна большая семья. Ведь свыше двух миллионов клиентов каждый год полагаются на качество продукции компании AL-KO.

Что ожидать поклонникам AL-KO от компании в будущем?

Стабильности, инноваций, надежности.

Как компания собирается отмечать свой 80-летний юбилей?

Основные официальные мероприятия прошли в феврале в Баварии, в штаб-квартире AL-KO. В честь юбилея художником Терренсом Карром была создана скульптура «United», символизирующая единение семьи Кобер, сотрудников и партнеров компании. Празднование юбилея посетил министр финансов Баварии Георг Фареншон, который поздравил и поблагодарил семью Кобер за вклад в экономику Германии.

В компании работает более 3600 человек. Сплоченность большого коллектива и упорство в достижении результатов помогают нам добиваться поставленных целей. Компания решила посвятить юбилей именно своим сотрудникам. Ведь это они обеспечивают наш успех. Запланированные мероприятия направлены на то, чтобы каждый сотрудник почувствовал себя членом большой семьи Кобер.

Интервью подготовил Павел КОСОВ

Castorama загнала себя в узкие рамки

Коммерсантъ, май 2011

Британская Kingfisher (сеть товаров для дома и ремонта Castorama) откроет в России магазины "Castorama Экспресс" площадью всего 35 кв. м, сообщила вчера сама компания. Пилотный магазин нового формата был открыт вчера в городе Видное Московской области, ассортимент магазина насчитывает 10 тыс. наименований. Для сравнения -- стандартная Castorama занимает площадь 11,5 тыс. кв. м и предлагает 35 тыс. наименований. Предполагается, что "Castorama Экспресс" будут тиражироваться в жилых районах Москвы и областных городов.

Большинство гипермаркетов с товарами для дома и ремонта находятся за чертой или на окраине города, а пробки затрудняют поездки в такие торговые центры, объясняет глава российского бизнеса Castorama Мэтт Тайсон. Преимущество нового формата в том, что магазины будут находиться в шаговой доступности, уверен он. В случае успеха нового проекта в России "Castorama Экспресс" будут тиражироваться и за пределами России, заявил господин Дайсон. Сейчас подобного формата у Kingfisher нет ни в одной из стран присутствия сети.

Сеть Castorama (155 магазинов в мире) входит в состав британской группы Kingfisher и является первой в Европе и третьей в мире сетью гипермаркетов товаров для дома и ремонта. В России работают 15 гипермаркетов сети в Москве, Самаре, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Омске, Краснодаре, Воронеже, Тольятти, Уфе, Перми и Нижнем Новгороде. Выручка Kingfisher в 2010 году --- \$10 млрд.

Совладелец российского Obi Игорь Сосин говорит, что не встречал в мире магазинов товаров для дома столь малой площади, как новый "Castorama Экспресс". "Я с трудом представляю, как можно разместить востребованный ассортимент на 35 кв. м", -- удивляется он. Чтобы разместить 10 тыс. товарных позиций в магазине, потребовалось бы минимум 3,3 тыс. кв. м торгового зала, согласен руководитель подразделения инновационных проектов компании Kingfisher Том Гункель. Но компания использует "крутящиеся, как карусель" стеллажи, которые позволяют более рационально использовать пространство, объясняет он. Чтобы у покупателя не было проблем с выбором, в магазине будут раздаваться каталоги с товарами, говорит он. После того как товар оплачивается на кассе, он автоматически "приезжает" на кассу со стеллажа, описано в сообщении Kingfisher. В ассортименте будут представлены электро- и ручные инструменты, крепежи, дверная и оконная фурнитура, мебельная фурнитура, отделочные материалы, спецодежда, хозтовары и др.

Инвестиции в один такой магазин Kingfisher не называет, но они будут в десятки раз меньше, чем в обычные гипермаркеты. Стоимость аренды для такого магазина директор департамента торговой недвижимости Penny Lane Realty Алексей Могила оценивает примерно в \$28 тыс. в Москве. Стандартный магазин Castorama может обходиться в \$15-17 млн при условии аренды и \$20-40 млн за магазин -- при строительстве с нуля в зависимости от цены земельного участка, говорит Игорь Сосин.

Castorama сейчас является третьим по выручке игроком на российском рынке товаров для дома и ремонта (do-it-yourself, DIY) с долей 2,1% (весь рынок оценивается Euromonitor в \$16,8 млрд). Лидер рынка -- немецкая Obi (занимает 6,5%), второе место у французской Leroy Merlin (5,8%). Замыкают пятерку лидеров петербургский "Максидом" (2%) и "Бауцентр" (1,1%).

Российский рынок DIY медленно восстанавливается после кризиса: в 2009 году он упал на 12%, а в 2010-м прирост только на 2,2%. К докризисным темпам роста в более чем 20% рынок вернется не раньше 2012 года, прогнозирует Euromonitor.

"Леруа Мерлен": французский стиль

Вечерняя Уфа (Уфа), май 2011

Без малого одиннадцать тысяч квадратных метров площадей и более сорока тысяч наименований товаров - 25 мая свои двери распахнул новый уфимский гипермаркет, принадлежащий французской сети "Леруа Мерлен".

- Это восемнадцатый гипермаркет "Леруа Мерлен" в России, - говорит почетный гость церемонии, посол Франции Жан де Глиниасти. - Мы понимаем, что для россиян, для российского менталитета дом - важнейшая часть жизни, островок спокойствия в море житейских невзгод. Мы надеемся, что с помощью "Леруа Мерлен" каждая семья Республики Башкортостан сможет создать дом своей мечты. Особо хочется отметить, что компания искренне заинтересована в поддержке местных поставщиков и уже сейчас активно сотрудничает с республиканскими производителями. Особое внимание мы уделяем экологии: при строительстве этого торгового комплекса широко применялись современные энергосберегающие технологии.

- Мы долго боролись за открытие этого магазина, и сегодня я рад, что мечта сбывается, - подчеркивает Президент Башкортостана Рустэм Хамитов. - Хочется верить, что это - лишь первый шаг по сотрудничеству Франции и нашей республики. Я уверен, что такие магазины нужны людям, что нужно знакомить наших потребителей с цивилизованными формами торговли. Кроме того, такие крупные торговые сети - своеобразный индикатор для зарубежных инвесторов: мы показываем, что готовы к серьезному деловому сотрудничеству, что в Башкортостане есть для этого все условия. Мы с господином послом обсудили множество потенциальных проектов сотрудничества нашей республики и Франции.

Не хочется раскрывать всех секретов, но перспективы - крайне привлекательные.

- Для нас открытие магазина под таким всемирным брендом - знак статусности, особого уровня Уфы, - считает глава Администрации столицы Башкортостана Павел Качкаев. - Мы, в свою очередь, стараемся создать все условия для комфортного развития, обеспечивая горожанам и жителям республики возможность получить товары высокого качества по доступной цене. Ну и кроме того, этот гипермаркет обеспечил работой почти двести пятьдесят уфимцев.

- Надеюсь, это не последний магазин, который "Леруа Мерлен" откроет на территории Республики Башкортостан, - говорит генеральный директор компании Венсан Гюффруа. - Пока же хочется поблагодарить Рустэма Закиевича за оказанную честь и за неизменную поддержку наших инициатив.

Торговый комплекс разделен на пятнадцать отделов. К услугам покупателей грамотные продавцы-консультанты, в том числе владеющие башкирским языком, помощь дизайнера, услуги по резке стекла и дерева, пошиву штор, а также доставка в любую точку нашего региона.

Ну а первым покупателем уфимского "Леруа Мерлен" стал глава республики. Рустэм Хамитов приобрел набор отверток.

- Незаменимая вещь, - пояснил он журналистам. - В хозяйстве пригодится.

Западным сетям не удастся получить контроль

"Деловой квартал. Пермь. - Новости.", май 2011

Иностранным торговым компаниям пока не удастся потеснить в России отечественные сети. По итогам 2010 года доля национальной розницы составила 77,5%, подсчитали в агентстве INFOLine.

Во всем мире наблюдается диаметрально противоположная картина: в любой стране пятерка мультинациональных игроков держит до 80% рынка. В России иностранцы смогли захватить лишь сегмент DIY, где Castorama, OBI и другие зарубежные игроки контролируют почти 73% рынка.

За 2010 год отечественные сети только упрочили свои позиции: их доля в общей выручке первой сотни игроков ритейла выросла на 0,1% и составила 77,5%. К таким выводам пришли аналитики INFOLine, составив рейтинг топ-100 торговых сетей. При подготовке рейтинга агентство проанализировало операционные и финансовые показатели более чем тысячи ритейлеров.

Согласно отчету, международный ритейл, который активно развивается в сегментах FMCG, DIY, бытовой техники и электроники, мебельном и одежном, все же не смог увеличить свои позиции. В частности на это повлияло такое событие, как уход французской Carrefour с российского рынка, отмечается в исследовании.

В России сложилась совершенно уникальная ситуация: глобальные игроки не могут потеснить российских ритейлеров, говорит генеральный директор агентства INFOLine Иван Федяков. По его словам, национальная розница повсеместно погибает, не выдерживая конкуренции с международными сетями. Так, в Европе, Азии и Латинской Америке на долю трех-пяти крупнейших международных операторов приходится 60—80% розничного товарооборота.

Российская розница выстояла благодаря стремительному росту таких крупных продуктовых сетей, как «Магнит» и X5, которые в абсолютных значениях приросли более значительно, считает Иван Федяков.

Однако западные игроки сейчас активно развиваются в тех нишах, в которых российская розница не успела развернуться. Например, согласно рейтингу топ-100, в сегменте товаров для ремонта и строительства (DIY) за 2010 год доля зарубежных ритейлеров увеличилась до 72,6%.

Так, совокупная выручка крупнейших иностранных игроков «К-Раута» («Строймастер»), Castorama, OBI, Leroy Merlin выросла в 2010 году на 24,5%, до 80 млрд руб. Российские компании («Уютерра», «Суперстрой», «Стройарсенал», «Метрика» и другие) показали более скромные результаты, прибавив в совокупной выручке лишь 13,5%, до 30 млрд руб.

Западные DIY выигрывают за счет значительно более широкого ассортимента товаров, очень крупных форматов магазинов и серьезных инвестиций, объясняют эксперты. К тому же Leroy Merlin, которой владеет «Ашан», достигает синергии за счет того, что открывает свои магазины поблизости от «Ашана». «Российская розница органическим путем будет еще долго дорасти до таких форматов», — замечает г-н Федяков.

Рынок DIY-ритейла вырос на 18% в 2010 году

Marketing.rbc.ru - РБК Исследования рынков - Новости исследований, май 2011



© photostogo.com

После резкого падения продаж в 2009 г., розничный рынок строительных, отделочных материалов и товаров для дома начал восстанавливаться: результаты 2010 г. были заметно лучше, хоть и не достигли докризисных показателей. Улучшение было обусловлено позитивными изменениями на смежных рынках, определяющих вектор развития DIY-ритейла в среднесрочной перспективе: рынок жилищного строительства, рынок ипотечного и потребительского кредитования, производство строительных и отделочных материалов в РФ.

Объемы ипотечного кредитования в 2010 г. выросли более чем в два раза. В производстве строительных материалов отмечались разнонаправленные тенденции, однако по большей части строительных материалов был зафиксирован прирост производства. Реальные располагаемые доходы россиян в 2010 г., согласно предварительной оценке ФСГС РФ, продемонстрировали прирост (+4,1%), в отличие от 2009 г., что также позитивно отразилось на объемах продаж строительных материалов и товаров для дома. В 2010 г. замедлился спад в жилищном строительстве: было введено 58,1 млн кв. м жилья по сравнению с 59,9 млн кв. м в 2009 году, что заметно выше прогнозных показателей, озвученных в начале прошлого года (53-54 млн кв. м).

По данным исследования **РБК.research** "Российский рынок DIY-ритейла 2011", в 2010 г. оборот розничной торговли строительными и отделочными материалами, а также товарами для дома и сада, включая продажи на строительных рынках, вырос на 18% в долларовом эквиваленте. На сетевую DIY-розницу пришлось около 50% совокупного оборота розничной торговли товарами DIY, причем доля сетевой торговли в 2010 г. незначительно снизилась.

Несмотря на начавшееся восстановление, розничный рынок товаров DIY не отыграл резкого падения 2009 года, когда объемы продаж строительных материалов и товаров для дома снизились на 26 процентов. Кроме того, темпы прироста сетевой торговли оказались чуть ниже или на уровне среднерыночных показателей, в то время как в докризисные времена оборот DIY-сетей рос быстрее розничного рынка в целом. Однако динамика развития сетевой розницы перешла в зону положительных значений, что дает основание прогнозировать дальнейший рост показателей DIY-сетей в среднесрочной перспективе.

Гибкая отрасль

Газета «Маркер», май 2011

В России набирает обороты производство контрафактной продукции



Фото: flamber.ru

После кризиса в России выросли не только оборот, но и собственное производство контрафакта, сообщили «Маркеру» в Федеральной таможенной службе (ФТС). Производители жалуются, что все чаще в страну ввозятся «голые» подделки и только затем на них приклеивают ярлычки известных марок. Чаще всего так подделываются одежда и обувь, реже — бензопилы. По законодательству контрафактной считается продукция, выпущенная с неправомерным размещением на ней (подделкой) товарных фирменных знаков в целях введения потребителей в заблуждение.

Совместное производство

На круглом столе «Защита интеллектуальных прав в России» представитель шведской компании **Husqvarna** Александр Гончаров описал набирающую обороты схему поставок контрафакта. Импортёры ввозят в Россию неоригинальную продукцию без каких-либо опознавательных знаков, а шильдики и лейблы наклеивают уже на территории нашей страны.

Гончаров подчеркнул, что такая схема используется и в отношении продукции других производителей техники и потребительских товаров. В ассоциации РАТЭК не слышали, чтобы бытовая техника и электроника подделывались таким образом. «Сейчас у поддельной и оригинальной техники примерно одинаковая себестоимость, поэтому куда большей проблемой для нас является параллельный импорт», — говорит представитель «РАТЭК» Антон Гуськов.

Чаще всего результатом «ярлычковой сборки» на территории России становятся обувь и одежда, говорит исполнительный директор организации «Русбренд» Алексей Поповичев. Эксперт отмечает, что уменьшение объема контрафакта (это следует из совместного исследования ГУ-ВШЭ и «Русбренда»), наблюдавшееся в предкризисные годы, прекратилось. В начале 2000-х гг. подделывались в основном иностранные бренды, сейчас все чаще российские — например, из-за рубежа приходят конфеты или запчасти российских марок. Поповичев добавляет, что производители контрафакта — крайне гибкая отрасль, которая проводит в том числе свои маркетинговые исследования. «Например, даже чувствительные к ценам провинциалы поняли, что по цене в 2–3 раза дешевле продаются подделки, поэтому теперь контрафакт — с хорошей упаковкой — продают всего процентов на 5–10 дешевле», — поясняет он.

Таможенники и полиция тоже должны подстраиваться

В ФТС «Маркеру» сообщили, что, действительно, производство контрафакта в самой России набирает обороты. По данным ФТС, в прошлом году общий объем выявленной на таможне контрафактной продукции вырос на 60% — с 6,2 млн до 10 млн единиц. В ФТС признали, что описанная Александром Гончаровым из Husqvarna схема актуальна. «Продукцию ввозят без обозначений и декларируют в соответствии с законом. Нарушением является уже дальнейшее изготовление из нее контрафактных товаров, их продажа, которая происходит на территории России, — подчеркивают в ФТС. — Этот вопрос — уже в компетенции не только таможни, но и других органов».

Как отмечает Алексей Поповичев из «Русбренда», именно контрафактом занимались в России подразделения милиции по контролю за потребительским рынком. Однако полномочия МВД в этой сфере несколько лет назад урезали. Включат ли в полицию соответствующие структуры и как они будут работать, пока неизвестно, говорит Поповичев. По его мнению, бороться с наклеиванием ярлыков можно, усилив таможенный контроль за ввозом самих лейблов и прочей печатной продукции, на которой изображен тот или иной товарный знак. Товарные знаки учитываются в таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС). Сейчас он включает около 2 тыс. элементов.

Электроинструменты Интерскол участвуют в акциях

18.05.11 - 11:29 Можно приобрести инструменты **Интерскол** по выгодным ценам и получить подарки.

Компания **Интерскол** проводит акцию «Удачная покупка: инструменты, участвующие в акции, имеют специальную наклейку на коробке с надписью «Подарок» и штамп в гарантийном талоне. В качестве подарка можно получить пятиметровую рулетку, раскладной нож, фирменную футболку или кепку. В интернет-магазине **Планета Инструмент** до конца мая действуют скидки на инструменты Интерскол: аккумуляторный шуруповерт - 1672 руб. (старая цена - 2090 руб.), дрель ударная - 999 руб. (старая цена - 1205 руб.), лобзик - 1248 руб. (старая цена - 1560 руб.). В интернет-магазине **Все инструменты** действует специальное предложение: при покупке бензотриммера Интерскол (цена - 3215 руб.) можно получить комплект расходных материалов и подарок.

Заманчивые цены на углошлифовальные машины

В стройгипермаркетах и интернет-магазинах действуют скидки на углошлифовальные машины.

С 16 по 29 мая интернет-магазин **220 Вольт** предлагает приобрести УШМ HAMMER USM600A всего за 850 руб. (старая цена - 990 руб.). В гипермаркетах **Старт** до конца мая можно купить УШМ **Kress** 750WS по цене - 1950 руб. (старая цена - 2420 руб.). В **Леруа Мерлен** действует выгодная цена на УШМ Skil - 2199 руб. В **Максидоме** действует горячее предложение на угловые шлифмашины: HAMMER USM600A - 799 руб., Hitachi G13SR3 - 1899 руб. В гипермаркетах **К-Раута** угловая шлифмашина AEG стоит 2259 руб. (старая цена - 2648 руб.). В **Метрике** УШМ Hitachi G13SS продается по новой цене - 750 руб. (старая цена - 990 руб.).

Используем перфоратор в отделочных работах



Перфоратор является довольно универсальным инструментом. Его используют как отбойный молоток, дрель или шуруповерт. Чаще всего перфоратор используют для работ по бетону и кирпичу, но также по дереву и металлу. Данный инструмент может работать в нескольких режимах: вращение с ударом (для сверления в камне), удар без вращения (как отбойный молоток), вращение без удара (для сверления в дереве и металле). Соответственно, в зависимости от наличия этих режимов перфораторы бывают одно-, двух- и трехрежимные. Также перфораторы делятся по весу на легкие, средние и тяжелые.

Для бытовых целей (перевесить шкафчики на кухне) подойдет легкий перфоратор весом до 3 кг. С помощью средних перфораторов (3-5 кг) можно долбить камень или армированный бетон. С тяжелыми устройствами можно разносить бетонные стены. Профессиональные перфораторы отличаются дополнительными рукоятками для удобства в использовании, их размер значительно больше, что позволяет работать с большей мощностью. При выборе перфоратора стоит обратить внимание на количество режимов и возможный диаметр отверстия.

220 Вольт: Hammer PRT620C - 1490 руб., Hitachi DH22PG - 3950 руб., Bosch GBH 2-26 - 5939 руб., **Makita** HR1830 - 3811 руб.

Все инструменты: Hitachi DH22PG - 3663 руб., Bosch GBH 2-26 - 5589 руб., **Makita** HR1830 - 3818 руб.

СТД Петрович: **Makita** HR2470 - 5100 руб.

Старт: **Kress** 800PE - 5199 руб.

Максидом: Hammer PRT650A - 1999 руб., Hitachi DH22PG - 4490 руб., **Kress** 800PE - 5790 руб.

Метрика: Метеор - 1890 руб.

К-Раута: AEG KH26E - 6599 руб.

Фото с сайта www.rmnt.ru

Перфораторы и дрели становятся дешевле

В магазинах действуют выгодные цены на дрели и перфораторы.

До 5 июня интернет-магазин 220 Вольт проводит распродажу инструментов Hammer: дрель-шуруповерт Hammer ACD121A можно приобрести за 990 руб. (старая цена - 1450 руб.), перфоратор Hammer PRT650A - 1790 руб. (старая цена - 2290 руб.). До конца мая в гипермаркетах Старт перфоратор **Kress** продается по новой цене - 5199 руб. (старая цена - 6520 руб.), дрель- шуруповерт **Kress** - 2950 руб. (старая цена - 3690 руб.). В Метрике дрель ударную Метеор можно купить за 720 руб. (старая цена - 889 руб.), перфоратор Метеор - за 1890 руб. (старая цена - 2330 руб.). В сети стройгипермаркетов К-Раута проходит распродажа электроинструментов **AEG**: перфоратор - 6599 руб. (старая цена - 7690 руб.), дрель-шуруповерт - 4699 руб. (старая цена - 5499 руб.).