

# Оптимист

## NEWS

ИНФОРМАЦИОННОЕ ИЗДАНИЕ 6-й выпуск



***В сентябре нашей Компании  
исполняется 20 лет! 20 долгих и  
плодотворных лет работы.***

**НАША ЦЕЛЬ - ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО  
ЗА РАЗУМНЫЕ ДЕНЬГИ!**

**ПРОФ ТЕПЛО**

ТЕПЛОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Мы помогаем нашим клиентам расширяться, предоставляя такие инструменты и оборудование, которые дают возможность конечным потребителям выполнять свои задачи эффективно и с удовольствием.

## СОДЕРЖАНИЕ

2 СТР



Как все начиналось?  
Интервью с учредителем холдинга «Энтузиаст» - Шнайдер И.М.

5 СТР



Садовые шланги.  
Какие шланги лучше продавать в Вашем магазине?

8 СТР



Как сделать жизнь ярче?  
Что такое краскопульт и зачем он нужен?

10 СТР



Сделай правильный выбор!  
«ПРОФТЕПЛО» - с нами теплее!

13 СТР



15- лет ТМ «АТАКА»  
Начало обновления с абразивных кругов

15 СТР

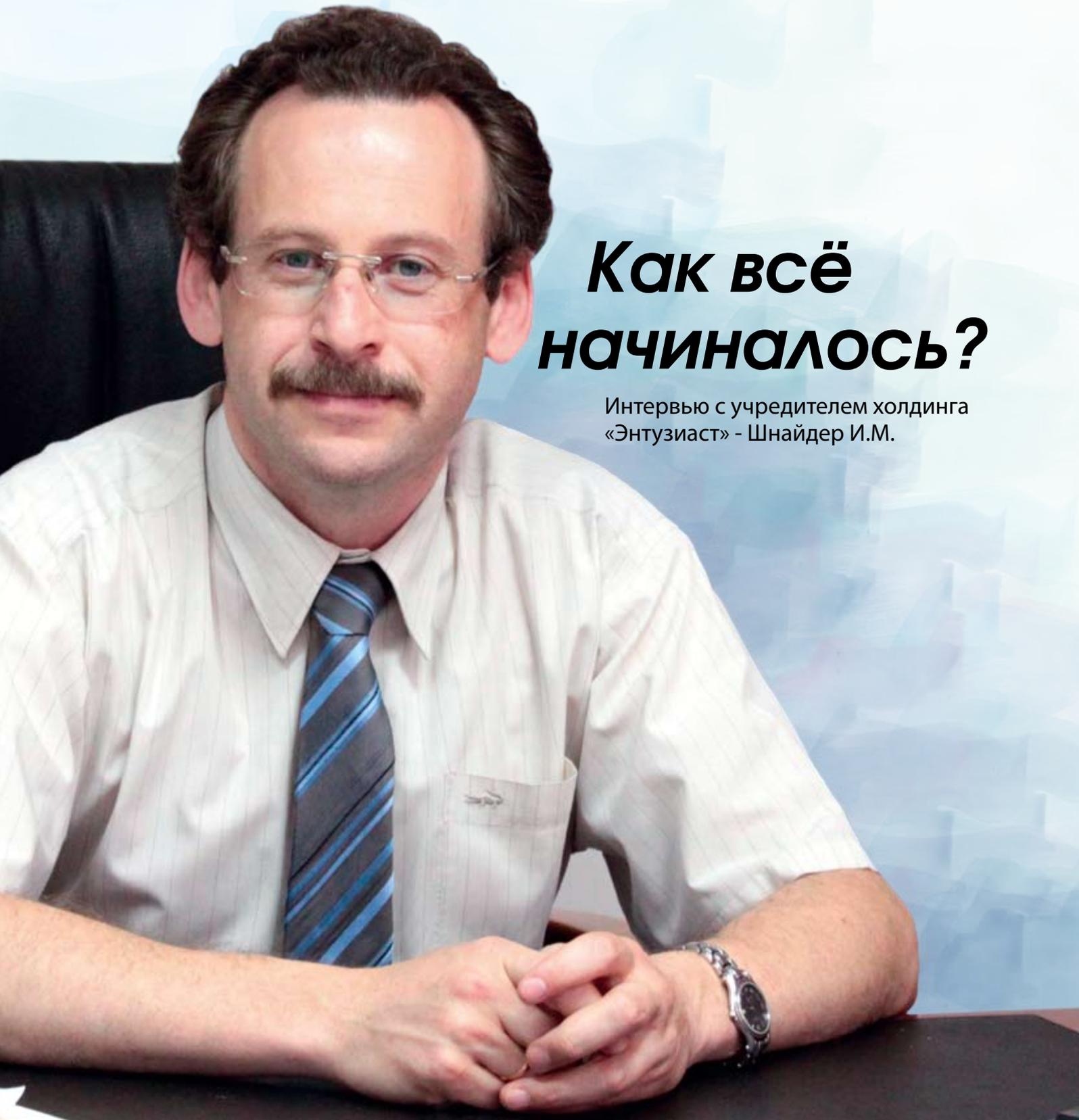


Выставка «HARDWARE FAIR» в Европе

*Холдинг «Энтузиаст» в 2012 году отмечает свое 20-летие. Компания «Оптимист» является дочерней оптовой компанией «Энтузиаст».*

**Дружная команда «ОПТИМИСТов» от всей души поздравляет деловых партнеров и всех клиентов холдинга «Энтузиаст» с Днем Рождения компании. Благодарим Вас за плодотворное и долговременное сотрудничество. Желаем Вам, дорогие друзья, крепкого здоровья, счастья, удачи во всех делах и финансового благополучия.**





# Как всё начиналось?

Интервью с учредителем холдинга  
«Энтузиаст» - Шнайдер И.М.

**В 2012 году Холдингу «Энтузиаст» исполняется – ни много, ни мало – 20 лет. Срок, что и говорить, внушительный, особенно, если учитывать, как много изменилось за это время в нашей стране.**

**И сегодня, как и 20 лет назад, возглавляет Холдинг Илья Михайлович Шнайдер. Это невысокий, ладно сложенный и стремительный мужчина, с очень умным и пронзительным взглядом, из-под слегка затемненных очков. За эти 20 лет он успел вырасти из выпускника ВУЗа, оказавшегося посреди рушащейся страны без идеалов, до Президента Холдинга «Энтузиаст» - имеющего под своим руководством почти тысячу сотрудников.**

**Как прошли эти 20 лет? Какие были трудности, удачи, а также что ждет Холдинг в ближайшей и дальнейшей перспективе – в нашем интервью:**

**– Илья Михайлович, этот год для «Энтузиаста» юбилейный, расскажите, как родился этот бизнес?**

– Бизнес по продажам инструмента и оборудования действительно родился 20 лет назад. Инициатором создания компании «Энтузиаст» был мой партнер Игорь Жуков, который и пригласил меня участвовать в интересном проекте. Так что весь наш Холдинг начинался с маленького магазина, площадь которого составляла каких-то 50 кв.м. Все закрутилось – завертелось, и со временем наш магазин превратился в уважаемый «Энтузиаст» на Авиамоторной. Сейчас здесь, помимо самого двухэтажного магазина, находится офис целой розничной сети и части других компаний, входящих в Холдинг.

Но это сейчас, а в самом начале 20 – летнего пути в магазине работала небольшая горстка людей. Вся наша затея казалась довольно зыбкой и неустойчивой. Мы, по большому счету, в то время вообще не думали, что наше небольшое предприятие сможет вырасти в большой бизнес.

Мы были молодыми, не заглядывали за горизонты, жили здесь и сейчас, короче, просто делали работу, которая нам нравилась и была очень интересной.

Но время шло, на удивление многим, да и самим себе, мы двигались вперед. И вот из нашего магазина мы начали осуществлять корпоративные продажи, мало того, мы начали развитие новых магазинов! Долгое время мы не могли определиться, на какой же сегмент нам сделать упор – мы, то увеличивали трудозатраты, направленные на усиление в сфере оптовых продаж, то вновь решали, что розница – это наша прерогатива. Сейчас нашим локомотивом являются именно оптовые продажи, и, если уж совсем честно, то мне это не нравится. Я бы хотел, чтобы Холдинг развивался более сбалансировано. И в отношении оптовых и в отношении розничных продаж.

**– Что Вы чувствуете, когда осознаете, что Вашей компании уже 20 лет?**

– На самом деле мне очень приятно, ведь это значит, что прошедшие 20 лет прожиты не зря, все было не просто так. То, что компания из крохотной лавочки превратилась в большой бизнес – это здорово и заставляет гордиться собой и всеми сотрудниками «Энтузиаста». Мне кажется, это успех. Да, были тяжелые моменты,

когда приходилось затягивать пояса и сокращаться. Да, это было не очень приятно для меня и для остальных сотрудников. Но время идет – бизнес развивается, не стоит на месте и наверстывает все упущенное за прошлые годы. Я осознаю, что прошло целых 20 лет. Это целая жизнь! Я пришел в компанию и начал работать сразу после института, у меня не было никаких навыков работы, всему я учился в нашей компании. Так что для меня «Энтузиаст» – это моя жизнь, мои удачи и невзгоды, мои кровь и пот. И я хочу, чтобы эта жизнь продолжалась, чтобы Холдинг праздновал 30, 40, 50, да что там – 200 лет!!! Это было бы просто невероятно.

**– Какие на ваш взгляд, сильные стороны характера позволили Вам пройти огромный путь развития от маленькой компании до крупного холдинга?**

Я люблю свое дело. Мне нравится то, чем я занимаюсь. Я не устаю на работе, не испытываю из-за нее проблем, ведь она – часть меня. Работа это я. Я – это моя работа. Наверное, когда человеку нравится что-то делать, и он вкладывает в это всего себя – он добивается успеха. И так во всех делах. Поэтому просто надо любить то, что ты делаешь и любить помогать людям. Тогда все это произойдет само собой.

**– Вы руководитель компании. Какой Вы в семье, в домашней обстановке?**

– С друзьями, когда мы, допустим, идем в поход и совместно выбираем лидера, я никогда не бываю руководителем. Мне просто хочется отдыхать, наслаждаться безмятежностью и просто следовать чужим указаниям. Быть безответственным – это же иногда так классно! Поэтому я просто отдыхаю, особенно когда знаю, что поручил себя человеку, которому могу доверять.

Какой я дома? Любящий, однозначно! Иногда я хотел бы посмотреть на себя и всех моих близких со стороны, и оценить. Я надеюсь, что мы здорово выйдем, потому что мне очень нравится моя семья. Я очень ее люблю. Я люблю детей, я люблю быть с ними. Каждый из них своеобразен, каждый из них личность. Всеми усилиями я стараюсь поддерживать их и делать так, чтобы каждый из них вырос Личностью, не растеряв своих индивидуальных и уникальных качеств. Я не хочу перевоспитывать их, не хочу менять. Я поддерживаю их в стремлении развиваться в том направлении, куда

они смотрят. Или помогаю им найти верный путь.

**– Как Вам удалось на протяжении 20 лет сохранить определенный костяк сотрудников и не растерять их?**

– К сожалению, время идет и многие уходят – с этим мало что можно поделать. Ушли многие люди, крепкие идейно, на которых можно было опереться, и доверить большой объем работы. Из тех людей остались считанные единицы. Самая первая наша сотрудница, которая с первого и до сегодняшнего дня работает с нами. Это баба Катя-кладовщица, прекрасная женщина и большая умница. Это Василий Краукле, который работает практически с первого дня. Это Михайлов Анатолий Юрьевич, которого мы проводили уже, к сожалению, на пенсию, а ведь он проработал с нами практически целую вечность. Наумов Михаил Михайлович – он работает у нас в компании уже 17 лет, а начал помогать практически с первого дня существования. Это водитель Сипатов Володя. Очень жаль, но из руководства никого не осталось, кто начинал с нами. Но приходят новые люди, формируется новый коллектив руководителей, готовых работать до полуночи ради общего дела. И эти люди мне тоже нравятся. Я думаю, что благодаря им, мы сможем сделать новый рывок в развитии и наверстать упущенное.

**– Какие изменения произошли в предпочтениях покупателей за 20 лет?**

Надо сказать, что изменилось многое. Раньше ситуация была такой – был покупатель, голодный до покупок и очень маленький выбор товаров и услуг. Так что, если ты готов был предоставлять, то прилагать много усилий для привлечения клиентов не требовалось – покупатель приходил, и сам сметал все с полок.

В наше время все изменилось. Теперь покупатель избирательный – ему нужен сервис, комфорт и качество. Покупатель стал умным. В этих условиях мы должны угадывать пожелания покупателя, а это требует от нас более внимательного отношения к покупателю. Требует от нас непрерывной коммуникации с покупателем, потому что покупатель – это самая большая ценность, которую мы имеем. «Энтузиаст» существует как бренд, когда покупатель о нас думает, хочет с нами работать и остается довольным плодотворным сотрудничеством. Желание клиента работать с нами,



ЖЕЛАНИЕ РАЗВИВАТЬ С НАМИ ДАЛЬНЕЙШЕЕ СОТРУДНИЧЕСТВО – ЭТО САМАЯ БОЛЬШАЯ ЦЕННОСТЬ, КОТОРУЮ МЫ МОЖЕМ ИМЕТЬ.

**– НА КАКИЕ ПРОЕКТЫ В ХОЛДИНГЕ ВЫ СЕЙЧАС ДЕЛАЕТЕ УПОР?**

– Есть несколько новых интересных проектов, которые я сейчас пробую, но, ни в коем случае не упираю на них. Пока это эксперимент – не более того, а успешен он или нет – покажет время. Хотя сейчас у меня есть достаточно высокий уровень уверенности, что все это в будущем позволит совершить какой-то новый рывок. А вот упор в работе я делаю на то, чтобы все существующие сегодня бизнесы были более эффективными, более устойчивыми. Бизнесы должны быть способными расширяться – и сейчас я прилагаю все усилия именно на расширение существующих бизнесов. Мы создаем стандартные технологии работы этих бизнесов, а это позволит развиваться непрерывно и независимо от ситуации в стране, на рынке и т.д.



**– КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ РЕЗУЛЬТАТЫ 2011 ГОДА: УРОВЕНЬ ПРОДАЖ, ТЕМПЫ РОСТА?**

– Ощущения немного странные. С одной стороны – рост однозначно был, и это уже хорошо. Мало того – рост был в некоторых бизнесах очень приличный, но, к сожалению, недостаточный для того, чтобы сказать: «Мы ставили цель на год, и мы ее достигли». Задачи и цели были более масштабные. Я много анализирую результаты 2011 года, чтобы выявить все причины, которые не позволили достигнуть желаемого результата. Ведь нужно отметить – что, несмотря на ряд известных для меня проблем, мы умудрялись расти и повышать продажи. Так что, если мы спра-



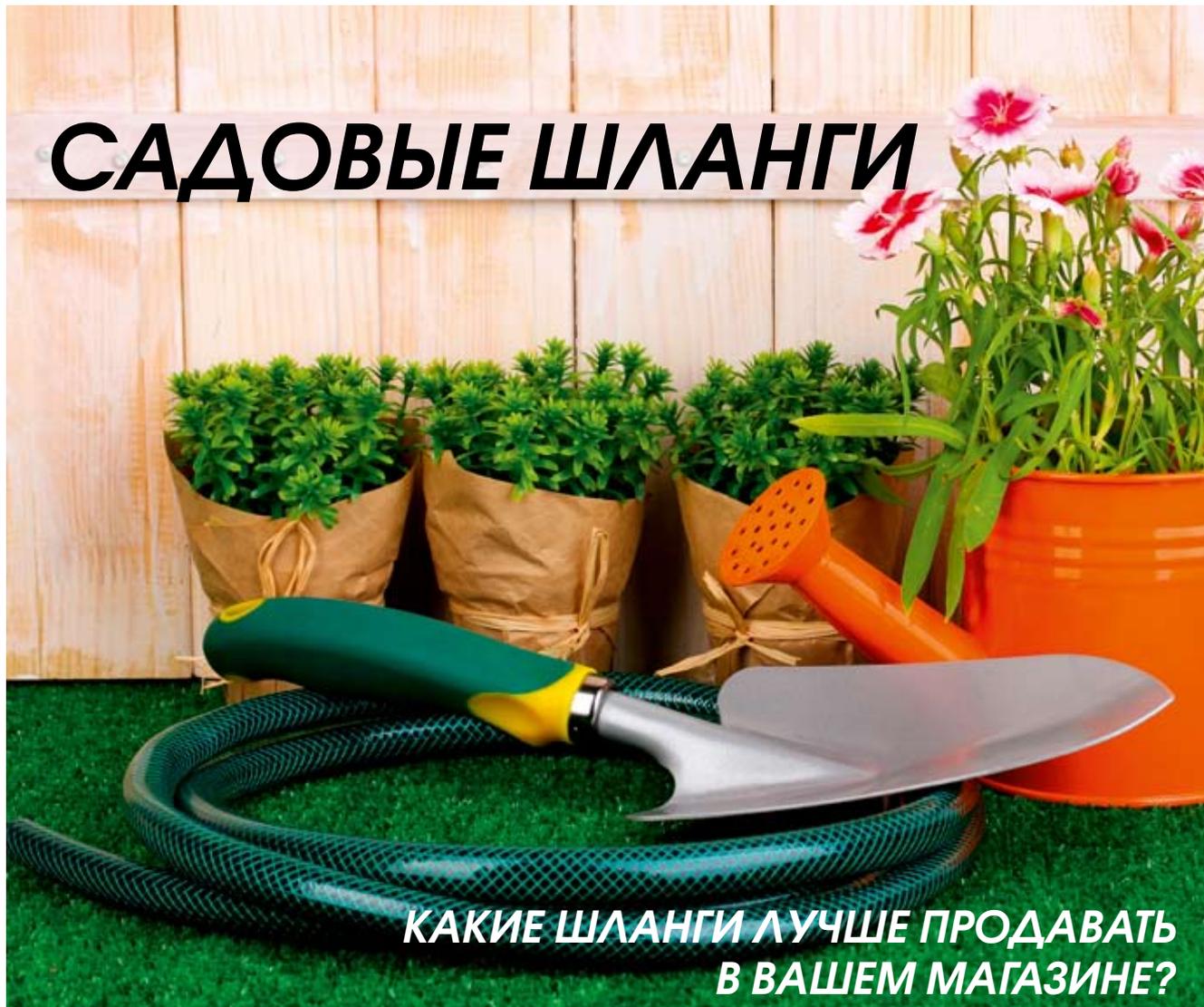
вимся с этими проблемами в 12 году, то результаты будут очень приятными и впечатляющими. 2011 год был полезным. Он наглядно показал мне все те промахи, которые допускали я, как учредитель, и другие руководители. Таким образом, все, на что мы не обратили внимания, не учли в 2011 году, мы учитываем в текущем, ставя новые цели и задачи. И результаты не заставили себя ждать. Начало 2012 года показало, что показатели превышают 2011 год. Поэтому в 2012 год я жду больших успехов и показателей. Жду не столько роста объема продаж, сколько именно их устойчивости и постоянности. Мы внедряем новые стандартные технологии для того, чтобы можно было планировать, можно было четко ставить задачи на основании стабильно растущих результатов.

Пока мы идем достаточно уверенно и близко намеченному курсу, поэтому у меня есть уверенность, что 2012 год будет для нас достаточно успешным.

В 2012 году мы отладим многие технологии, повысим качество, повысим уровень персонала, отстроим необходимые инструменты, научимся и будем их использовать. И в тринадцатом году мы сделаем огромный прорывной шаг вперед, используя разработанные и наработанные технологии и стандарты.

Дорогие друзья!  
Ставьте себе интересные цели и достигайте их. Непрерывно двигайтесь вперед, несмотря ни на какие препятствия.  
Успехов Вам всем!

# САДОВЫЕ ШЛАНГИ



## КАКИЕ ШЛАНГИ ЛУЧШЕ ПРОДАВАТЬ В ВАШЕМ МАГАЗИНЕ?

Люди моего поколения и постарше еще помнят советские черные резиновые шланги, использовавшиеся для полива на дачах. Надо сказать, служили они исправно и долго – десятилетиями. Тем более что относились к разряду дефицита: найти такой в розничном магазине было непросто.

С той эпохи минуло более 20 лет. И вот мы живем во времена товарного изобилия. Резиновые шланги отошли в небытие. На смену им пришли более удобные и долговечные из ПВХ (поливинилхлорида). Проблему дефицита, т.е. поиска товара, сменила другая, в чем-то не менее сложная проблема выбора из множества вариантов.

Некоторые крупные розничные торговцы считают, что главная функция их магазина – обеспечить наличие максимального выбора для покупателя. А покупатель придет, найдет именно то, что искал. Глубокое заблуждение! Чрезмерный выбор – недостаток магазина, а не его достоинство.

Покупают тот товар, который знают. Этот базовый принцип покупательского поведения предопределил развитие мароч-

ной торговли. Для разных типов покупателей наиболее важным является какое-то одно свойство товара, ассоциируемое с определенной торговой маркой. Если таких ассоциаций нет, покупатель пытается решить задачу на месте. Например, в магазине перед полкой с товарами. Если его критериям соответствует более одного предложения, он будет ориентироваться по цене. Но, если критериям покупателя удовлетворяют различные товары, при этом не отличающиеся, ни по какому существенно для покупателя признаку, это вызывает раздражение!

Одна из услуг магазина – предусмотреть выбор покупателя. Для этого Вы должны составить ассортимент таким образом, чтобы основные категории ваших типичных покупателей нашли подходящий для себя товар, но при этом не страдали от проблемы сложности выбора.

Вот на примере шлангов разработку такого ассортимента и рассмотрим.

В качестве начального условия предположим, что Вы не можете однозначно

определить основную категорию покупателей и самое узкое определение, которое Вы можете дать, это «садоводы».

В этом случае Вы должны определить характеристики товарной категории, которые важны для любого покупателя товара «садовый шланг». К таким характеристикам будут относиться: диаметр, длина, назначение. Какой бы маркой шлангов Вы не торговали, основные виды и типоразмеры должны быть. Рассмотрим подробнее.

### Назначение:

Садовые шланги делятся на поливочные и заборные.

Заборные шланги используются с поверхностными насосами и насосными станциями. Это шланги, устанавливаемые между насосом или станцией и поверхностью воды в колодце или скважине.

Гибкость для заборного шланга не самое важное свойство – ведь перемещать его никто не будет. Напротив, важнейшим

СВОЙСТВОМ ЗАБОРНЫХ ШЛАНГОВ ЯВЛЯЕТСЯ ЖЕСТКОСТЬ — ОНИ НЕ ДОЛЖНЫ СКРУЧИВАТЬСЯ НИ ОТ ТЕМПЕРАТУРЫ, НИ ОТ ДАВЛЕНИЯ. ВЕДЬ ЕСЛИ ШЛАНГ СКРУЧИВАЕТСЯ, ЕГО КОНЕЦ РИСКУЕТ ПОДНЯТЬСЯ НАД УРОВНЕМ ВОДЫ В КОЛОДЦЕ ИЛИ СКВАЖИНЕ.

САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ РАЗМЕР ЗАБОРНЫХ ШЛАНГОВ — 1". А ДЛИНА — 7 МЕТРОВ. ЭТО ОБУСЛОВЛЕНО ХАРАКТЕРИСТИКАМИ БЫТОВЫХ ПОВЕРХНОСТНЫХ НАСОСОВ И НАСОСНЫХ СТАНЦИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ С КОЛОДЦАМИ. С БОЛЬШИХ ГЛУБИН, КАК ПРАВИЛО, ПОДНИМАЮТ ВОДУ ИЗ СКВАЖИН. ЕСЛИ ПРИ ЭТОМ ИСПОЛЬЗУЮТ ПОВЕРХНОСТНЫЙ НАСОС, ТО С ОБЫЧНЫМ САДОВЫМ ШЛАНГОМ, СПОСОБНЫМ ВЫДЕРЖИВАТЬ РАСЧЕТНУЮ ВЫСОТУ СТОЛБА.

ВАЖНЫМ АКСЕССУАРОМ ДЛЯ ЗАБОРНОГО ШЛАНГА ЯВЛЯЕТСЯ ЗАПОРНЫЙ КЛАПАН, УСТАНОВЛИВАЕМЫЙ НА КОНЦЕ ШЛАНГА, ОПУСКАЕМОМ В КОЛОДЕЦ. УДОБНЕЕ, ЕСЛИ КЛАПАН ПОСТАВЛЯЕТСЯ ВМЕСТЕ СО ШЛАНГОМ (ТАК ПОСТАВЛЯЮТ ЗАБОРНЫЕ ШЛАНГИ БОЛЬШИНСТВО ИЗВЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ). ЕСЛИ НЕТ, КЛАПАН ДОЛЖЕН ПРОДАВАТЬСЯ ТУТ ЖЕ ОТДЕЛЬНО, А ПРОДАВЕЦ ДОЛЖЕН ПРЕДУПРЕДИТЬ ПОКУПАТЕЛЯ О ФУНКЦИИ КЛАПАНА.

ОСНОВНУЮ ЖЕ МАССУ ПРОДАВАЕМЫХ ШЛАНГОВ СОСТАВЛЯЮТ ШЛАНГИ САДОВЫЕ. ОНИ СЛУЖАТ МАГИСТРАЛЯМИ ДЛЯ ПЕРЕНОСА ВОДЫ ОТ ИСТОЧНИКА (НАСОСА, КРАНА ВОДОПРОВОДА) ДО ПУНКТА НАЗНАЧЕНИЯ. ДАЛЕЕ РЕЧЬ ПОЙДЕТ В ОСНОВНОМ О НИХ.



### Диаметр сечения

ИЛИ ПРОСТО РАЗМЕР. ДАННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПРЕДЕЛЯЕТ ВНУТРЕННИЙ ДИАМЕТР ШЛАНГА. БОЛЕЕ ТРАДИЦИОННОЙ СЧИТАЕТСЯ НОМЕНКЛАТУРА РАЗМЕРОВ В ДЮЙМАХ. САМЫЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ РАЗМЕРЫ: 1/2", 3/4", 1". МЕНЕЕ ПОПУЛЯРНЫ «АМЕРИКАНСКИЙ» СТАНДАРТ 3/8" И РАЗМЕРЫ СВЫШЕ 1". ПОСЛЕДНИЕ БОЛЬШЕ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ В СИСТЕМАХ ЛОКАЛЬНОГО ВОДОСНАБЖЕНИЯ, НЕЖЕЛИ В САДОВОДСТВЕ.

СТАНДАРТ ДИАМЕТРА ПОЗВОЛЯЕТ ЛЕГКО ПОДБИРАТЬ И СОЕДИНЯТЬ ОБОРУДОВАНИЕ, КОТОРОЕ БУДЕТ РАБОТАТЬ СО ШЛАНГОМ: НАСОС, САДОВЫЕ ДОЖДЕВАТЕЛИ, ПЕРЕХОДНИКИ И ПР.



### Длина

БОЛЬШИНСТВО ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРЕДЛАГАЮТ КРУПНЫМ ИМПОРТЕРАМ ПОРЕЗАТЬ ШЛАНГИ ТАКИМИ КУСКАМИ, КАК ЖЕЛАЕТ ЗАКАЗЧИК. И ВСЕ-ТАКИ СРЕДИ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ ДИАМЕТРОВ 1/2" И 3/4" ПРЕОБЛАДАЮТ СТАНДАРТНЫЕ ДЛИНЫ 25 И 50 МЕТРОВ. РЕЖЕ — 10 И 15 МЕТРОВ. ШЛАНГИ ДИАМЕТРОМ 1" И ТОЛЩЕ ОБЫЧНО ПОСТАВЛЯЮТСЯ В НАРЕЗКЕ НЕ БОЛЕЕ 25 МЕТРОВ, Т.К. 50 МЕТРОВАЯ БОБИНА ТОЛСТОГО ШЛАНГА ЗАНИМАЕТ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ ОБЪЕМ И ДОВОЛЬНО ТЯЖЕЛА.

ШЛАНГИ ИЗ ПВХ ЛЕГКО РАЗРЕЗАТЬ ПРОСТЫМ ЛЕЗВИЕМ ИЛИ СОЕДИНИТЬ МЕЖДУ СОБОЙ С ПОМОЩЬЮ РЕМОНТНЫХ МУФТ И ПРОЧИХ АКСЕССУАРОВ, ПОЛУЧИВ, ТАКИМ ОБРАЗОМ, НУЖНУЮ ДЛИНУ И КОНФИГУРАЦИЮ.

### Качество (количество слоев, тип армирования и плотность)

ЧТО ТАКОЕ «КАЧЕСТВЕННЫЙ» САДОВЫЙ ШЛАНГ? ЭТО ШЛАНГ, КОТОРЫЙ НЕ ПЕРЕГИБАЕТСЯ И НЕ СВРАЧИВАЕТСЯ, НЕ ЛОПАЕТСЯ, НЕ «ВОНЯ-

ЕТ» (ОСОБЕННО НА СОЛНЦЕ) И НЕ «ОБОГАЩАЕТ» ПРОПУСКАЕМУЮ ВОДУ НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ ТАБЛИЦЫ МЕНДЕЛЕЕВА, НЕ СКЛОНЕН ПОКРЫВАТЬСЯ НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫМИ ВОДНЫМИ РАСТЕНИЯМИ («ЗЕЛЕНЬ»), СЛУЖИТ ДОЛГО.

ВСЕ ЭТИ СВОЙСТВА ОПРЕДЕЛЯЮТСЯ ТРЕМЯ ПОКАЗАТЕЛЯМИ:

- КАЧЕСТВОМ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ МАТЕРИАЛОВ.
- КОЛИЧЕСТВОМ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ МАТЕРИАЛОВ.
- ТЕХНОЛОГИЕЙ ИЗГОТОВЛЕНИЯ.

ВСЕ ТРИ ПОКАЗАТЕЛЯ ВПРЯМУЮ ВЛИЯЮТ НА СВОЙСТВА ШЛАНГА И, КОНЕЧНО, НА ЕГО ЦЕНУ.

### Качество материалов

УВАЖАЮЩИЕ СЕБЯ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НЕ ДЕЛАЮТ ФИРМЕННЫХ ШЛАНГОВ ИЗ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ. ХОТЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВТОРСЫРЬЯ И ПОЗВОЛЯЕТ СУЩЕСТВЕННО ЭКОНОМИТЬ ИЗДЕРЖКИ, ОНО ЛИШАЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ 100% КОНТРОЛЯ НАД КАЧЕСТВОМ МАТЕРИАЛА. ПОСЛЕДСТВИЯ САМЫЕ РАЗНООБРАЗНЫЕ: ОТ НЕОДНОРОДНОСТИ ТЕКСТУРЫ ШЛАНГА ПО ДЛИНЕ ДО НАЛИЧИЯ ВРЕДНЫХ ПРИМЕСЕЙ КАДМИЯ, БАРИЯ И ДРУГИХ ХИМИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ, «ОБОГАЩАЮЩИХ» ПЕРЕКАЧИВАЕМУЮ ВОДУ.

ПРОБЛЕМА ВПОЛНЕ АКТУАЛЬНА. ИМЕННО ГАРАНТИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО СЫРЬЯ КАК АСПЕКТ БЕЗОПАСНОСТИ ЯВЛЯЕТСЯ НЕОСПОРИМО ОЧЕВИДНЫМ КОНКУРЕНТНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ БОЛЕЕ ДОРОГИХ ШЛАНГОВ ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИХ МАРОК. НЕМЕЦКИЙ КОНЦЕРН RENAУ И ИТАЛЬЯНСКИЙ FITT ИМЕЮТ СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПОЛИМЕРНОГО СЫРЬЯ. В ТО ВРЕМЯ КАК БОЛЬШИНСТВО ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КИТАЯ И ПОЛЬШИ ИСПОЛЬЗУЮТ СЫРЬЕ МАЛОИЗВЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.

САМИ ПОЛИМЕРЫ ТАКЖЕ ОТЛИЧАЮТСЯ ПО СВОЙСТВАМ. ПОЭТОМУ ШЛАНГИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, ИМЕЮЩИХ СОБСТВЕННЫЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ, ОБЛАДАЮТ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ В ЧАСТИ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ СВОЙСТВ. А ПОЗВОЛИТЬ СОДЕРЖАТЬ ТАКИЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ, ВКЛЮЧАЮЩИЕ СЛОЖНЫЕ ХИМИЧЕСКИЕ ЛАБОРАТОРИИ, МОГУ ТОЛЬКО КРУПНЫЕ КОНЦЕРНЫ С МИЛЛИАРДНЫМИ ОБОРОТАМИ.



## Количество материалов

Масса на единицу длины, обычно на погонный метр, также является важнейшим параметром, определяющим качество. При прочих равных, чем толще (а значит, и тяжелее) стенки шланга, тем он надежнее и устойчивее к перегибам, узлам и прочим нежелательным деформациям.

## Технология производства (количество слоев, тип армирования)

Монослойные садовые шланги канули в лету. Сейчас самый простой шланг имеет 3 слоя: внутренний, внешний и слой армирующей сетки между ними.

Внутренний слой соприкасается с водой. Он должен быть устойчив к образованию растений, а также обладать достаточной эластичностью – не рваться ни при каких нагрузках сгибания. В пищевых шлангах внутренний слой покрыт специальной пищевой пленкой.

Внешний слой обеспечивает защиту от повреждений. Он должен быть устойчив к воздействию прямых солнечных лучей, температур окружающей среды и, конечно, механических воздействий.

Но самым технологичным является слой армирующий. Именно от него (или от них – в более дорогих шлангах) зависит способность шланга выдерживать внутреннее давление, не скручиваться и не перегибаться. Крупные концерны вкладывают в разработку и патентования совершенных конструкций армирующей сетки значительные средства.

Наверняка Вы не раз видели, вживую или по телевизору, лежащий на газоне или асфальте садовый шланг, выписывающий под напором вылетающей из него воды, «восьмерки», обдавая потоком воды все вокруг. Траектория восьмерок в этом случае определяется не только реактивной силой, но и конструкцией армирующей сетки. Под воздействием внутреннего давления сетка натягивается, что способствует закручиванию шланга в сторону, противоположную



направлению плетения. Более технологичный шланг, имеющий компенсирующий слой армирующей сетки, так вращаться не будет.

Поэтому более дорогие (и качественные) шланги имеют 5, 6 и даже 7 слоев. Лучшие из них не скручиваются, не перегибаются и служат практически пожизненно.

## Подбор ассортимента

Напомню, перед нами стоит задача подбора ассортимента шлангов для магазина, чью преимущественную аудиторию пока можно определить как «садоводы», без разделения по уровню доходов, предпочтений и пр.

Самыми ходовыми позициями для владельцев садовых участков будут шланги на 1/2" и особенно 3/4" дюйма, а также заборный дюймовый шланг для колодцев. Если у Вас в магазине совсем мало места и шланги для Вас лишь сопутствующий товар, обязательными типоразмерами для Вас будут:

1. Садовый шланг 3/4" 25 м.
2. Садовый шланг 1/2" 25 м.
3. Заборный шланг 1" 7 м.

При этом также желательно держать в ассортименте минимальный набор переходников и аксессуаров: поливальные насадки, штуцеры и ремонтные муфты на диаметры 1/2" и 3/4" дюйма – места они почти не займут.

Шланги в этом случае лучше выбирать недорогих серий, но от заслуживающих доверия производителей. Если же площади позволяют, и есть розничный персонал, способный предоставить грамотную консультацию, выставьте образцы высоко-

технологичных шлангов помимо недорогих серий. Возможно, это станет вашим первым шагом на пути перехода в сегмент PREMIUM.

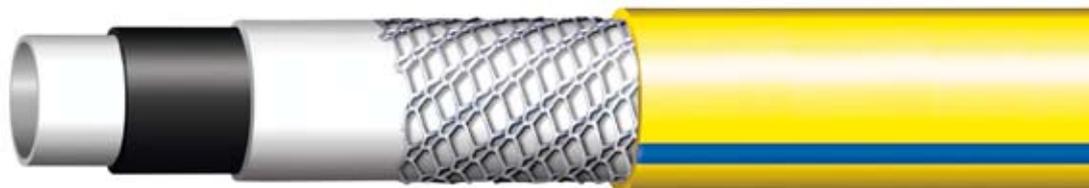
В идеале же Вы должны определить, какого рода «садоводы» в основном посещают ваш магазин, и сделать ставку на соответствующий ассортимент. Если у Вас не «ОБИ» или «Леруа», в долгосрочной перспективе Вам следует стремиться обслуживать покупателей, предпочитающих качественный товар экономии. Потому что сегмент продукции эконом-класса рано или поздно все равно отойдет к сетевым магазинам.

Стремитесь к комплексному предложению Вашего магазина. Вы продаете насосы? Отлично! В таком случае продавцы секции насосов должны хорошо разбираться в продукции секции шлангов и аксессуаров (если они разделены) и наоборот! Предложение совместимого между собой ассортимента разных групп товаров плюс грамотная консультация по подбору оборудования – вот потенциальная идея выгодного отличия Вашего магазина, от наступающих на рынок сетевых магазинов.

Требуйте обучения (очного, заочного) ваших розничных продавцов от поставщиков – это их обязанность! Пересылайте им типовые вопросы, адресуемые вашими покупателями – и доводите ответы до всех розничных продавцов.

Помните: ваша задача не обеспечить максимальное разнообразие на полках, а удовлетворить потребность покупателя. Последнее обеспечивается простотой выбора, а не его чрезмерностью.

Обзор подготовил  
Руководитель отдела маркетинга  
Шкляревский Ю.Е.



# Как сделать жизнь ярче?

ЧТО ТАКОЕ КРАСКОПУЛЬТ И ЗАЧЕМ ОН НУЖЕН?

Покраска кистью или валиком достаточно трудоемкий и медленный процесс даже при сравнительно небольших объемах работ, а в некоторых случаях абсолютно неэффективна, (например, в труднодоступных местах, или когда необходимо получить более качественное, равномерное окрашивание поверхностей и т.д.). Это происходит в основном из-за того, что краска, при использовании валика или кисти, распределяется неравномерно и, как правило, ложится толстым слоем, ухудшая внешний вид и качество поверхностей. Лишь использование краскораспылителей значительно увеличивает производительность, улучшает качество, облегчает процесс окраски, экономит краску и время.

**Краскораспылитель, или краскопульт** – это пистолет для покрытия разнообразных поверхностей лакокрасочными материалами. Он действует совместно с компрессором, пылесосом или каким-либо другим видом воздухоудовки. Простейший способ организации работы заключается в следующем: сжатый воздух проходит через сопло и разбивает краску на мелкодисперсные частицы, которые рассеиваются в форме факела. Набор сопел различного диаметра позволяет наносить лакокрасочные материалы любой степени вязкости (в технической документации к краскам часто указывают диапазон диаметров, годных для применения с данным материалом). Краскопульты используются в быту, строительстве, в промышленном производстве, столярном деле, в автомастерских для выполнения качественной и быстрой покраски. Широкое распространение получили пневматические краскопульты.

**Пневматический краскопульт** работает от компрессора. В зависимости от рода выполняемых работ по конструкции краскораспылители могут быть с верхним бачком, с нижним бачком, или совсем без бачка (в этом случае подача краски в краскораспылитель осуществляется от специального красконагнетательного бака).

## КАКИЕ ОНИ БЫВАЮТ?

Современные пневматические краскораспылители можно разделить на три основные группы:



• **Традиционные пневматические краскораспылители (высокого давления)**      **конвенциональные краскораспылители**

В этих краскораспылителях давление сжатого воздуха на входе в краскораспылитель и давление распыления на воздушной головке примерно одинаковы (около 3-4 бар). Конвенциональные краскораспылители обеспечивают превосходное качество распыления материала и однородность окрасочного факела. Основным их недостатком является низкий коэффициент переноса материала на изделие, обычно не превышающий 45 %, связанный с повышенным образованием тумана.



• **Краскораспылители системы HVLP (от англ. HIGH VOLUME LOW PRESSURE - высокий объем, низкое давление).**

Коэффициент переноса материала на изделие свыше 65%. Снижение потерь материала на образование окрасочного тумана достигается за счет того, что частички материала, распыленные при низком давлении сжатого воздуха (0,7 бар на воздушной головке), имеют невысокую скорость и образуют «мягкий» окрасочный факел, равномерно настилающийся на изделие. Следует отметить, что краскораспылителям системы HVLP для эффективного создания окрасочного факела при низком давлении распыления требуется значительно большее количество сжатого воздуха по сравнению с конвенционными краскораспылителями, что требует применения более мощных компрессоров.

### • КРАСКОРАСПЫЛИТЕЛИ СРЕДНЕГО ДАВЛЕНИЯ, НЕТ ЕДИНОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ, ПОЭТОМУ:

- LVLP (от англ. Low Volume Low Pressure - низкий объем, низкое давление);
- PR (от англ. Reduced Pressure - сниженное давление);
- TRANS-TECH™ (от англ. Transfer Technology - технология переноса).

Совмещает достоинства конвенциональных краскораспылителей и краскораспылителей системы HVLP, устранив их основные недостатки. В краскораспылителях среднего давления распыление лакокрасочного материала происходит при среднем давлении сжатого воздуха (около 1,2 бар на воздушной головке), что позволяет получать лакокрасочные покрытия высокого качества. Коэффициент переноса материала на окрашиваемое изделие, превышает 65 %.

## ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ!

При выборе краскопульта важно учитывать следующие особенности:

### КОРПУС

Необходимо обратить внимание на качество металла и его обработку.

Качественные образцы выпускаются из кованого металла и обработаны химической никелировкой, хромированием (GAV,WALMEC).

Вообще краскораспылитель может быть обработан обычной или химической никелировкой. Процесс обыкновенной никелировки стоит в четыре раза дешевле химической никелировки. Потому что никелировка химическая живет в течение всей жизни краскораспылителя, а обыкновенная – после шести месяцев эксплуатации можно выбрасывать краскопульт.

**СОПЛО** (внутреннее - дюза, и внешнее – крышка сопла)

Сопло это – сердце пистолета. Как правило, внутреннее материальное сопло-дюза выполнено из качественной нержавеющей стали. Обратите внимание на качество отверстий на крышке сопла краскораспылителя. Насколько аккуратно и точно они выполнены. Именно расположение выходных отверстий головки распылителя и даёт форму факела и равномерный плотный поток аэрозоли (как правило, круглую или овальную). В зависимости от металла, который используется можно получить

разную степень точности, что неизменно скажется на качестве. Обычно такие крышки производят из латуни, более точными и качественными считаются алюминиевые, хромированные и никелированные.

Далее следует посмотреть, насколько точно работает игла в сопле. Достаточно просто взять и нажать на курок краскопульта, и все сразу станет ясно, у качественно-го краскораспылителя перекосов быть не должно, как четко работает пружина, хорошая пружина, кстати, стоит недорого.

Что касается диаметра материального сопла, чем больше диаметр материального сопла, тем больше потребление краски в единицу времени. При этом расход воздуха при любом диаметре сопла остается неизменным. Диаметр сопла зависит от типа распыляемого материала.

Оптимальный диаметр сопла вам помогут подобрать производители используемых материалов – читайте их рекомендации либо ознакомьтесь с характеристиками материала, проанализируйте тип краскораспылителя и вид работ, которые предстоит выполнить.

## УПЛОТНИТЕЛИ

Следующий фундаментальный аспект – уплотнительные прокладки. Если краскопульт работает при низком давлении, ни в коем случае не должны быть потери воздуха. Поскольку работа с краскопультом происходит механическая, естественно, ни одна механическая система не даст полного, идеального прилегания, поэтому приходится использовать прокладки. Кроме того, не забывайте, чтобы промыть краскопульт, нужно использовать растворитель, а это агрессивная среда, и если прокладки будут некачественными, они пострадают. В качестве прокладок используются пластик, резина. В более дорогих краскопультах – тефлон.

## БАЧОК

Существуют распылители с верхним и нижним расположением емкости для краски. Они отличаются друг от друга только тем, что при верхнем расположении емкости краска самотеком поступает к соплу, а при нижнем – всасывается в него разрежением, создаваемым струей сжатого воздуха.

Краскораспылители с верхним бачком больше подходят для небольших объемов

работы, так как краски в них умещаются меньше. Они применяются там, где нет жестких требований по равномерности нанесения материала, т.е. на производствах с небольшими объемами окрасочных работ. В таких краскораспылителях материал подается неравномерно за счет того, что материал находится сверху сопла краскораспылителя, поэтому скорость его подачи напрямую зависит от количества материала: по мере его расходования снижается скорость подачи, и, следовательно, медленнее нужно вести краскораспылитель.

Профессиональные маляры предпочитают инструмент с нижним расположением бачка, чтобы реже останавливаться для его наполнения. К тому же, такая конструкция позволяет подсоединять к краскораспылителю нагнетательный бак большого объема.

Также можно отметить, что краска в верхнем бачке краскопульта расходуется полностью, а в нижнем бачке некоторое количество краски всегда остается на дне.

Краскораспылители с более крупным нижним бачком удобнее применять для окраски стен, а верхний (и особенно поворотный) бачок лучше использовать для потолков. Наконец, для больших объемов работ, когда краску измеряют десятками литров, с краскораспылителем можно применять стационарные красконагнетательные баки, подающие краску к распылителю дополнительным шлангом. Емкость такого бака может составлять от 15 до 100 литров.



# СДЕЛАЙ ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР!

## «ПРОФТЕПЛО» - с нами теплее!

Обзор подготовил, *Руководитель проекта Букин А.А.*

Что страшнее всего для строительных, или, скажем, ремонтно-сервисных компаний? Отсутствие заказов? – Да. Отсутствие материалов? – Конечно!

Но, если нет инструментов и комфортных условий для работы, эта проблема способна свести на нет усилия самой богатой и успешной компании, чем бы компания, ни занималась.

А условия работы могут быть самые разные. Ведь строительство ведется круглый год, летом и зимой. Летом – проще, летом солнце согреет. А вот для зимы хороший хозяин всегда теплом обеспечен. И не «по первому снегу», а загодя. Перефразируя поговорку, хороший хозяин всегда будет действовать по принципу: «Готовь печку летом!» И неважно, будет ли это руководитель огромной компании, бригадир небольшой ремонтной или строительной бригады, или обычный автомобилист, заботливо обслуживающий своего «железного друга» в гараже. Каждому необходимо живое, доброе тепло.

Это прописные истины, которые сейчас знает каждый. И даже пользуется. Но чем руководствуется потребитель при выборе? По каким критериям он оценивает, что ему выбрать, а от чего отказаться? Давайте посмотрим на проблему выбора поближе.

Начнем с первого вопроса. Зачем?

Понятно, сколько людей, – столько и потребностей. И одному надо просто обогреть точку для комфортной работы на одном месте, другому надо обеспечить стабильную ровную температуру в сушильной камере, третьему, может быть, надо обогреть теплицы и т.д. И у каждого свои объемы обогреваемого пространства, свои требования к мощности оборудования и температурным режимам. Поди, разберись во всех предложениях. И

получается, что иногда приходится искать электрообогреватели в одном месте, дизельные тепловые генераторы в другом, газовые – в третьем.

Но вовсе не обязательно метаться от одного к другому, пытаясь получить консультацию. Под брендом «ПРОФТЕПЛО» любой сможет найти себе тепловое оборудование по своим потребностям.

Торговая марка «ПРОФТЕПЛО», под которой поставляет свое оборудование Белоречкинский приборостроительный завод «ТеплоТрейд», уже хорошо известна нашим покупателям и партнерам. И первым неоспоримым достоинством является самый широкий ассортимент теплового оборудования. Не секрет, что многие заводы специализируются в узком направлении своей деятельности. Тепловые пушки «ПРОФТЕПЛО» с легкостью закроют самые различные нужды и потребности. При этом следует отметить, что тепловое оборудование «ПРОФТЕПЛО» сегодня не производит тепловые генераторы, работающие на достаточно редко используемых сейчас видах топлива, например, на твердом топливе, бутане, или отработанном масле. И это вполне объяснимо. «ТеплоТрейд» не работает на узкоспециализированном оборудовании, которое не предполагает массового использования. Именно поэтому, завод может уделить самое пристальное внимание массовому сегменту теплового оборудования, сегменту, который всегда будет востребован, может применяться в широком диапазоне условий, требований и отличаться при этом мобильностью, относительно малым весом и комфортом использования.

Всего же можно выделить несколько общих направлений, где возможно применить те или иные тепловые генераторы.



**1 Газовые генераторы.** Эффективны для быстрого обогрева закрытых пространств. Также незаменимы в теплицах любых площадей и объемов, поскольку продукты горения у этих пушек – только углекислый газ и вода, что очень хорошо влияет на парниковый эффект в помещении. Надо отметить, что газовые тепловые пушки не следует применять зимой на открытом пространстве, поскольку давление газа при низкой температуре сильно снижается, что уменьшает выходную мощность. В ассортименте продукции «ПРОФТЕПЛО» можно найти обогреватели от минимальной мощности 10 кВт до силовых пушек выходной мощностью более 80 кВт.



**2 Дизельные тепловые пушки прямого нагрева.** Очень экономичны и продуктивны для работы в помещениях, где производится ремонт, это могут быть гаражи и сервисные мастерские. В общем, везде, где надо быстро нагреть все пространство, в котором производится какая-то деятельность. Но при этом, надо понимать, что в пространстве должна быть возможность проветривания. Продуктов сгорания от этих пушек крайне немного,



НО ТРЕБОВАНИЯ ТЕХНИКИ БЕЗОПАСНОСТИ НЕ ДОЛЖНЫ НАРУШАТЬСЯ. Среди дизельных калориферов прямого нагрева в ассортименте «ПРОФТЕПЛО» также имеется широкий спектр продукции по выходной мощности.



**3 Дизельные тепловые генераторы непрямого нагрева.** От предыдущих они отличаются тем, что имеют два «рабочих контура». Первый включает камеру сгорания, которая не выводит горячий газ в пространство помещения, продукты сгорания которого выводятся через специальный рукав во внешнее пространство. Второй - передает тепло через теплообменник, наружу. Этот вид более экологичен для обогрева помещений. Полная аналогия со всеми известными «историческими предками» - печками, где основное тепло передается при проходе горячего воздуха с дымом через дымоход. Однако КПД этого вида, естественно, не идет ни в каком сравнении с «предшественниками». Хотя, немного недотягивает до КПД дизельных обогревателей прямого нагрева. Отметим, что теплообменный контур, используемый в дизельных обогревателях «ПРОФТЕПЛО», является трехходовым, в то время как многие из производителей используют двухходовой контур, который отличается еще меньшим КПД работы обогревателя.



**4 Инфракрасные обогреватели, или излучатели.** Что делать, если пространство или помещение - огромно, а обогреть надо только небольшую часть, локальное место для работы? Вот для

этих целей и предназначены инфракрасные обогреватели, или, как их еще называют, излучатели. Дело в том, что передача тепла происходит здесь не за счет диффузии, конвекции или прямой теплопередачи, а при помощи инфракрасных лучей. Эти лучи не нагревают окружающий воздух непосредственно, они разогревают поверхности, на которые попадают. Понятно, что ИК-излучение способно нагреть объект даже в безвоздушном пространстве, поскольку воздух для передачи тепла здесь абсолютно не нужен. Воздух прогревается только вторичным образом от нагретых поверхностей, куда направлено излучение. Все это, делает этот вид обогревателей единственным эффективным средством для локального нагрева и для комфортной работы в конкретном месте, в любом, даже самом огромном пространстве. В ассортименте продуктов «ПРОФТЕПЛО» можно найти ИК-излучатели на дизельном топливе. Принцип достаточно простой и эффективный: топливо при сгорании накаляет преобразователь, который начинает излучать инфракрасное излучение. Карбоновые преобразователи, используемые в излучателях «ПРОФТЕПЛО», отличаются высоким КПД и большим ресурсом работы.

**5 Электрические тепловентиляторы.** Очень неплохо ведут себя в небольших и средних помещениях. Удобны тем, что кроме электричества, не используют никаких других видов топлива. Однако в этом же кроется и тонкий момент их использования: ограничение подаваемой мощности в помещение накладывает ограничение по мощности тепловентиляторов, и далеко не всегда этих мощностей хватает. Тем не менее, этот вид достаточно популярен при обогреве небольших пространств, и хорошо представлен в ассортименте продукции «ПРОФТЕПЛО». Основное отличие тепловентиляторов «ПРОФТЕПЛО» от многих других - в том, что в тепловентиляторах «ПРОФТЕПЛО» более тонко сбалансировано сочетание мощности нагревателей и теплового потока. Поднеся руку к работающему тепловентилятору «ПРОФТЕПЛО», вы не почувствуете ожога от слишком горячего потока. Это говорит о том, что при одинаковых мощностях тепловых элементов, у нашего оборудования воздушный поток - более мощный. Слишком сильный нагрев приводит к более жесткому осушению воздуха в помещении и снижению ресурса работы нагревательного элемента. Все это предус-

мотрено при разработке тепловентиляторов нашей продукции.

**6 Конвекторы.** Нечасто используемый вид обогревателей, поскольку конвекция - самый медленный, инертный способ передачи тепла. Тем не менее, в небольших комнатах очень часто используются именно конвекторы, поскольку они дают стабильный обогрев без резких перепадов температур.

С областью применения разобрались. Второй основной вопрос при выборе теплового оборудования - качество работы. К качеству работы относится все: и ресурс, и стабильность работы, и безопасность.

Основной вклад в ресурс работы оборудования дает качество комплектующих и деталей. Требования, предъявляемые к комплектующим и деталям на заводе «ТеплоТрейд», не уступают требованиям европейских производителей, и даже превышают аналогичные параметры китайских поставщиков. Так, толщина нержавеющей стали, используемой в камерах сгорания



составляет 0,8 и 1 мм (в различных конструктивных элементах), в то время как у китайских производителей этот параметр составляет 0,5 и 0,8 мм. Естественно, что и риск прогорания камеры сгорания во втором случае – более высок, и долговечность работы – существенно ниже.

Безопасность работы – один из краеугольных камней теплового оборудования, ведь в большинстве обогревателей используется открытый огонь. Калориферы «ПРОФТЕПЛО» по оценкам, могут быть отнесены к оборудованию с одним из высочайших показателей степени защиты и безопасности. Это система контроля подачи топлива и клапана, отключающие подачу топлива при отсутствии поджига, и контроль от перегрева – противопожарная защита в обогревателях, имеющая несколько уровней защиты и предохранительных контуров. Но даже самое безопасное и долговечное оборудование теряет все свои достоинства, если работа будет нестабильной. Если оборудование постоянно

выключается, проявляет свои капризы в использовании или слишком привередливо в обслуживании, то это способно свести на нет все остальные преимущества. А чтобы такого не происходило, требуется особая тщательность при выборе стандартов для комплектующих и узлов, а также для качества сборки. Рассмотрим вроде бы простой, но показательный пример. Форсунка для подачи топлива в камеру сгорания. Вроде бы, мелочь, обычное отверстие, не играющее никакой активной роли в процессе сгорания. Но, если мы вспомним, что в компрессорных тепловых пушках форсунка играет роль аналогичную пульверизаторам, тогда станут понятны причины многих отказов пушек. Дело в том, что диаметр отверстия форсунки и мощность вентилятора, нагнетающего воздух, должны находиться в достаточно узком диапазоне соответствия друг другу. Если форсунка будет чуть уже этого диапазона, мы очень часто будем иметь засорившиеся сопла, поскольку, как известно, качество дизельного топлива в России далеко не везде соответствует европейским нормативам. Если же форсунка будет чуть больше установленных параметров, мы получим повышенный выход топлива и неполное его сгорание. Это в свою очередь, приводит к копоти в камере сгорания, и ложному срабатыванию фотоэлемента в системе контроля подачи топлива. Пушка сама начинает выключаться без всяких видимых внешних причин. Кому нужна такая пушка, которую трудно завести и проблемно поддерживать?

Именно поэтому при производстве теплового оборудования «ПРОФТЕПЛО» используются комплектующие европейских производителей, которые поставляют продукцию для таких обогревателей, как «MASTER». И именно поэтому, все комплектующие, начиная с 2012 года, проходят 100% входной контроль качества.

Понятно, что контроль качества не ограничивается входной проверкой составляющих элементов. Не секрет, что компания «ТеплоТрейд» столкнувшись с резко возросшими потребностями рынка, однажды столкнулась с проблемой повышенного процента брака на производстве.

Складывался порочный круг: рынок требует резкого увеличения объемов продукции, увеличение производства требует сокращения времени и издержек производства, что отнюдь не лучшим образом сказывается на качестве продукции. При этом понятно, что вопросы входного контроля качества становились не во главу угла.

В такой, действительно сложной ситуации, по итогам работы за сезон руководством завода было принято единственно верное решение. Главное – это качество и профессионализм. Процедура проверки качества была радикальным образом изменена. По результатам работы только 2011 года, компания сменила трех поставщиков на поставщиков более дорогих, но отвечающих более строгим, европейским нормативам качества. В процессе производства внедряется тотальная 100%-я система контроля качества на каждом этапе производства. Сотрудники, занятые в производстве, проходят обучение в соответствии с повышенными нормативами качества, а также проходят периодические аттестации и переподготовки.

В свете последних преобразований на сегодняшний день завод с уверенностью смотрит в будущее, в готовности обеспечить увеличение потребностей рынка в качественной продукции в два, а то и в три раза. И это не простые слова. Каждому трезвомыслящему бизнесмену понятно, что тепловое оборудование – товар не только сезонный, но и несущий достаточно большие неопределенности в своих прогнозах. И вполне реальной ситуацией выглядит вариант, когда, сделав заказ на определенное количество обогревателей, владелец бизнеса в холодную зиму может столкнуться с банальным дефицитом. Так вот, «ТеплоТрейд» с уверенностью может сказать: Мы можем обеспечить Вас продукцией высокого качества, за которую мы отвечаем, в любых требуемых на ближайшую перспективу объемах! И мы не подведем ни в качестве продукции, ни в сроках, ни в объемах поставок. В этом наши главные отличия от конкурентов!

**Наши козыри мы держим открытыми!**



# 15-ЛЕТ ТМ «АТАКА» НАЧАЛО ОБНОВЛЕНИЯ С АБРАЗИВНЫХ КРУГОВ

Долгожданные новости для тех, кто работает с компанией «Оптимист» в товарной группе расходных материалов для электроинструмента. В этом году грядут большие перемены в торговой марке Атака. Кроме изменений упаковки, замены некоторых производителей, мы уже начали изменять ассортимент. Первым расширением будет новая товарная группа отрезных абразивных кругов по нержавеющей стали.

В настоящий момент ТМ Атака закономерно пользуется стабильно растущим спросом среди потребителей. Ведь качество является стабильным и находится выше среднего уровня. Ценовое позиционирование остается прежним – средняя ценовая категория. Новые отрезные диски выпускаются на заводе в Китае, который производит абразивные диски только мировых торговых марок. Мы заранее решили проверить соответствие качества независимым тестом от журнала «Потребитель». Ведь к новой продукции всегда возникает настороженность. Результаты испытаний показывают, что в сравнении с известными мировыми брендами, отрезные абразивные круги Атака являются конкурентоспособными. Отрезные абразивные круги Атака не уступают ни в качестве, ни в цене популярным отечественным маркам абразивных отрезных кругов.

Абразивные отрезные круги не первый раз подвергаются испытаниям, неизменно ТМ Атака принимает в этом участие. На этот раз испытаниям подверглись отрезные круги по нержавеющей стали диаметром 125 мм и толщиной 1 мм.

Обычно маркировка отрезного круга для УШМ выглядит примерно так: А 305

ВФ или А 245 ВФ. Возможны варианты написания без пробелов, это не имеет значения. Первый символ — тип абразивного зерна (А — нормальный электрокорунд, АS — белый электрокорунд), цифра — размер зерна, S — твердость (по европейской схеме обозначений, в России используется маркировка Т1, Т2 и т. д.), В — бакелитовая связка, F — наличие упрочняющих элементов (стеклосетки). Отрезные круги для УШМ всегда изготавливают на бакелитовой связке и всегда с упрочняющими элементами, причем сеток должно быть как минимум две, если речь идет об отрезных кругах. У шлифовальных применяют три сетки.

Нормальный электрокорунд (окись алюминия) идет на круги для резки черных металлов. Белый электрокорунд, по сути, та же окись алюминия, но без железа, серы и хлора в составе, даже в виде примесей. Количество оксида алюминия в нем доходит до 99%. Белый электрокорунд не дает такого прижога, как нормальный, потому его используют для производства кругов для резки нержавеющей стали. Дело в том, что для нержавеющей стали прижог недопустим — при перегреве выгорают легирующие добавки и нержавеющая сталь превращается в обычную, а по месту реза может начаться процесс коррозии. Именно такие отрезные круги испытывались на этот раз.

Цель теста — определение коэффициента шлифования кругов. Это наиболее полная официальная (т. е. определяемая ГОСТ 21963-2002) характеристика их качества. Впрочем, и ее вряд ли можно назвать однозначной — она определяет износостойкость круга при работе по определенному

материалу (это важная оговорка — коэффициент шлифования разный для разных металлов), но не учитывает тот факт, что иной круг сделает меньше резов, но резать будет легче и мягче, и работать им легче, чем более твердым и износостойким. Субъективно эта разница ощутима даже при работе на испытательном станке, но измерить ее не представляется возможным. Многие профи отдают предпочтение именно легкости реза или скорости реза, и не считают количество отрезанных метров материала. Все определяется приоритетом задачи. Если это промышленное использование — каждый день, полный рабочий день, то предпочтение следует отдавать отрезным кругам промышленного назначения, скорость резания которых заметно ниже и резание происходит заметно труднее. И наоборот, если легкость резания и скорость является приоритетными параметрами, предпочтение следует отдавать отрезным кругам ТМ Атака.

Метод расчета коэффициента шлифования был следующим. Тестировали на трубе из нержавеющей стали 12Х18, размером 25х2,5 мм. Каждым кругом делали по 50 резов, или резали до фланца (в зависимости от того, что наступит раньше), после чего вычисляли коэффициент шлифования.

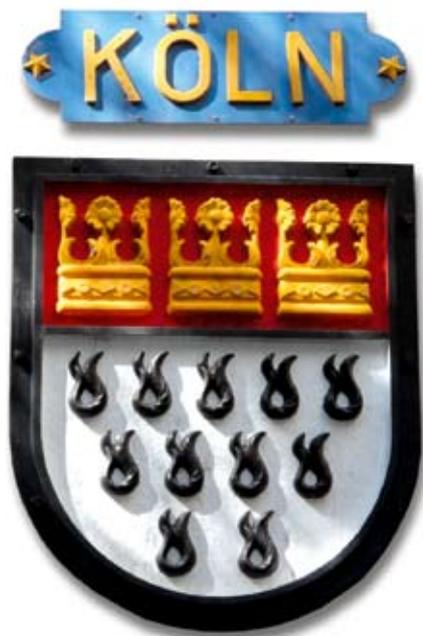
Помимо этого, проводилось традиционное испытание на соответствие требованиям безопасности (тест на разрыв) ГОСТ Р 52588-2006 и европейском стандарте EN 12413. Согласно этим нормативным документам, такие круги при испытаниях должны выдерживать разгон до 23 000 оборотов в минуту.

## Результаты испытаний отрезных кругов по нержавеющей АТАКА (125x1,0x22,23 мм)

ТОРГОВАЯ МАРКА	«АТАКА»			
МАРКИРОВКА	WA30R BF			
АРТИКУЛ	010720			
СООТВЕТСТВИЕ СТАНДАРТАМ	ГОСТ 21963-2002			
РАЗМЕРЫ, ММ	125X1X22,00			
СТРАНА ПРОИЗВОДСТВА (ПО ДАННЫМ С ЭТИКЕТКИ)	Китай			
ПРОИСХОЖДЕНИЕ	Предоставлены компанией «Оптимист»			
НОМЕР ОБРАЗЦА	1	2	3	4
СРОК ГОДНОСТИ	2015			
ЗВУКОВОЙ ИНДЕКС	39	41	41	39
НАЧАЛЬНЫЙ ДИАМЕТР, ММ	124,5			
ВЫСОТА, ММ (В НЕСКОЛЬКИХ ТОЧКАХ))	1,2; 1,1; 1,1; 1,1	1,1; 1,1; 1,2; 1,1	1,1; 1,1; 1,1; 1,2	1,1; 1,1; 1,2; 1,2
ДИСБАЛАНС, Г	0,5	0,5	0,5	0,5
КОЛИЧЕСТВО РЕЗОВ	18	15	19	
КОНЕЧНЫЙ ДИАМЕТР, ММ	87,5	90,0	93,3	
ПРИМЕЧАНИЯ И ИСПЫТАНИЯ НА МЕХАНИЧЕСКУЮ ПРОЧНОСТЬ				27600
КОЭФФИЦИЕНТ ШЛИФОВАНИЯ	0,516	0,456	0,629	
РЕКОМЕНДОВАННАЯ РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА, РУБ.	25 руб			



В ТАБЛИЦЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ РЕЗУЛЬТАТЫ ИСПЫТАНИЯ ОТРЕЗНЫХ КРУГОВ АТАКА. СРАВНИТЬ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ДРУГИХ ТОРГОВЫХ МАРК МОЖНО В БЛИЖАЙШЕМ НОМЕРЕ ЖУРНАЛА «ПОТРЕБИТЕЛЬ». НЕОБХОДИМО ЗАМЕТИТЬ, ЧТО ТМ АТАКА БЫЛА ЕДИНСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ, ПРЕДСТАВЛЕННОЙ В СРЕДНЕЙ ЦЕНОВОЙ КАТЕГОРИИ, ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ МАРКИ БЫЛИ В ПРЕМИУМ СЕГМЕНТЕ, ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ЛУЖСКИХ ОТРЕЗНЫХ КРУГОВ. УВЕРЕНЫ, НОВИНКА ТМ АТАКА СТАНЕТ ОДНИМ ИЗ БЕСТСЕЛЛЕРОВ РЫНКА, КАК И МНОГИЕ ДРУГИЕ ТОВАРНЫЕ ПОЗИЦИИ. НОВИНКА БУДЕТ ДОСТУПНА В ПРОДАЖЕ С СЕНТЯБРЯ 2012 ГОДА.



# ВЫСТАВКА «HARDWARE FAIR» В ЕВРОПЕ

Этой весной мы побывали на крупнейшей европейской выставке оборудования и инструмента **HARDWARE FAIR 2012**, которая проходила в Кельне (Германия) с 4 по 7 марта.

В течение четырех дней, 38-ю Кельнскую ярмарку посетили более 53 тыс. профессионалов из 132 стран. В выставке приняли участие 2665 компаний из 50 стран. Данные европейских производителей оборудования и инструмента говорят, что **DIY** рынок в Европе вырос на 11,3%, рынок садового оборудования и обустройства на 3,5%. **B2B** сектор вырос на 6-9%. Все это позитивные данные. Несомненно, российский рынок имеет большие показатели роста, что радует всех, кто работает на нашем рынке.

Как и многие наши коллеги из большинства российских компаний, мы чаще всего посещали китайскую выставку, про **MiTECH**, не упоминаем, так как компания **Оптимист**, постоянный участник этой выставки. Конечно, нашими партнерами в большинстве своем в настоящий момент являются китайские компании. Ведь большинство наших продаж составляют наши собственные торговые марки, которые производятся в Азии. Кроме этого, мы имеем не менее десятка европейских партнеров, которые производят товары под мировыми брендами. А компания **Оптимист** непосредственно представляет их в России. Поэтому мы решили “убить двух зайцев” на выставке в Кельне. И нам это удалось!



В настоящий момент есть несколько важных событий в течение года для большинства мировых компаний – производителей, региональных представительств, оптовых и розничных компаний на рынке оборудования и инструмента. Несомненно, это международные выставки, в России – это **MiTECH** (Москва), в Китае – это **CANTON FAIR** (Гуанчжоу), в Европе – это **HARDWARE FAIR** (Кельн). Все они имеют свои различия, особенности, которые заметны профессионалам рынка. Московская выставка является местом встречи всех региональных партнеров известных мировых и российских брендов, местом презентаций новых товаров, торговых марок и общения профессионалов. Китайская выставка – это смотр производителей, которых выбирают потенциальные заказчики со всего мира. Кельнская выставка – место, где представлены все мировые новинки. Здесь собираются национальные представители мировых брендов, которые определяют тенденции на дальнейшее развитие. Все они отличаются не только спецификой представления товаров и марок, но и качеством организации, работы и общения.





Начали мы внимательный осмотр выставки с павильонов, в которых разместились лучшие китайские производители. Несомненно, на выставке в Кельне принимают участие только самые лучшие мировые и китайские производители. Совсем не удивительно, что мы обнаружили стенды большинства наших китайских партнеров, с которыми у нас давние и хорошие отношения. Ведь рынок оборудования и инструмента развивается как в каждой отдельной стране, так и во всем мире. А китайские фабрики становятся год от года все более современными, обеспечивающими не только стабильное качество, но и технологическое развитие. Но, конечно, наши основные задачи на посещение выставки были направлены на встречу с нашими европейскими партнерами. В настоящий момент компания Оптимист является представителями таких известных компаний как Fiac (компрессоры), Gav (окрасочное оборудование), Spononi (насосное оборудование), Helvi (сварочное оборудование), Nuova Wattprav (плиткорезы), Fitt (садовые шланги) – все Ита-

лия, Rubi (плиткорезы) – Испания, ITOSS – (лестницы) Словакия, Renau – (шланги садовые и воздушные), Германия и другие. Мы встретились с нашими партнерами, обсудили срочные вопросы ведения бизнеса, договорились о развитии новых товарных групп и расширении ассортимента. Одной из важных договоренностей стало возвращение в ассортимент оптовой компании сварочного и пуско – зарядного оборудования Helvi (Италия).

С нашей точки зрения, выставка в Кельне является образцом для развития российских выставок, полезна для посещения не только таким крупным компаниям, как Оптимист, но и большинству наших региональных партнеров. Ведь именно в Германии, можно и нужно определять приоритеты развития рынков, компаний. Предлагаем вашему вниманию несколько интересных фотографий с выставки, которые определяют ее уровень и атмосферу.



## ЧЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РУЧНЫЕ ПЛИТКОРЕЗЫ RUBI СЕРИИ SPEED PLUS ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ДЕШЕВЫХ АНАЛОГОВ?



В плиткорезах RUBI SPEED PLUS давление на ролик оптимальное и всегда постоянно – 600 кг. Не важно, использует ли плиткорез чемпион по тяжелой атлетике или изящная женщина, качество реза у обоих будет одинаково отличное.

Технология силового дифференциала, реализованная в плиткорезах RUBI серии SPEED PLUS, в разы снижает брак при резе, экономит до 50% прилагаемых усилий и до 2 раз увеличивает производительность.

<b>SPEED-62 PLUS</b>	<b>SPEED-72 PLUS</b>	<b>SPEED-92 PLUS</b>
Длина реза до 62 см.	Длина реза до 72 см.	Длина реза до 92 см.
Толщина реза до 15 мм. Градуированная направляющая для серийной прямой резки и резки по диагонали. Вспомогательные крылья для заготовок большого формата. В комплекте роликовый победитовый резец $\varnothing 8$ мм. Возможно применение резцов от 6 до 10 мм. Поставляется в прочном пластиковом футляре.		
<b>Опт. цена 7 187 руб</b>	<b>Опт. цена 9 338 руб</b>	<b>Опт. цена 11 314 руб</b>



ВОЗВРАЩЕНИЕ

**HELVI**

НАЧАЛО ПРОДАЖ  
В СЕНТЯБРЕ

**Сварочное и  
пуско-зарядное  
оборудование в России**