

**Sikkens UV**  
– wydajność, której  
nie da się przeoczyć

## Nasz cel – Twój sukces

Większa liczba wykonanych napraw każdego dnia przy zachowaniu tej samej jakości? Teraz jest to możliwe przy użyciu Sikkens Autoclear UV, nowego lakieru bezbarwnego, spełniającego wymagania LZO. Skraca on czas utwardzania z 50 minut w 60°C do 6 minut przy użyciu promieni UV. Sikkens Autoclear UV może być stosowany do każdego rodzaju naprawy. Oszczędza Twój czas i pieniądze gdyż nie ma potrzeby podgrzewania kabiny podczas fazy suszenia, a następnie jej schładzania. Ponadto w połączeniu z krótkim czasem utwardzania Sikkens Autoclear UV pozwala na obniżenie zużycia energii podczas procesu suszenia o 90%. Spróbuj nowego Sikkens Autoclear UV i sam się przekonaj.

[www.sikkens.pl](http://www.sikkens.pl)

**Dystrybutorzy:**  
**Bielsko-Biała** – KLL, ul. Tokugatta 16, tel. 033 816 89 58, fax 033 816 89 60, e-mail: bielsko@wutlakier.pl, maw@wutlakier.pl; **Cdynia** – RAMCO, ul. Chwaszczyńska 18B, tel. 058 629 06 60, fax 058 629 05 72, e-mail: biuro@ramco.pl, www.ramco.pl; **Koszalin** – UNI-COLOR, Stare Bielice 205, 76-059 Bielicko, tel. 094 346 86 90, fax 094 346 86 89, biuro@uni-color.pl; **Kraków** – MULTICOLOR J. Romański, ul. Siostry Faustyny 1, tel. 012 269 18 87, fax 012 267 48 84, e-mail: biuro@multicolor.krakow.pl; **Łódź** – PW WŁODARCZYK, ul. Pobliska 119/151, tel. 042 250 53 96, fax 042 250 53 96, e-mail: robert.a@pw-wlodarczyk.pl, www.pw-wlodarczyk.pl; **Września** – SEZAM, ul. Warszawska 15, tel. 061 437 09 50, fax 061 436 44 10, e-mail: m.kazmierczak@sezam-wrzesnia.com.pl;

**Oddziały Akzo Nobel Car Refinishes Polska Sp. z o.o.**  
**Wrocław**, ul. Dąbrowska 9, tel. 054 412 19 25, fax 054 415 84 50, **Warszawa**, ul. Cybernetyki 7, tel. 022 521 06 10, fax 022 521 06 11, **Wrocław**, Wrocławska 53d, Długołęka, tel. 071 315 22 60, fax 071 315 21 07



## Wyzwanie

Słowo „wyzwanie” należy teraz do tych powszechnie nadużywanych, a przez to zdevaluowanych i wykoślawionych poza granice śmieszności. Pierwotnie wyzywało się kogoś „na ubitą ziemię”, czyli na pojedynek, albo wyzywało się go „od ostatnich”, co wśród ludzi honoru miało ten sam skutek. Dziś słyszy się wypowiedzi w rodzaju: „dostarczanie jakościowo dobrych produktów klientom jest naszym wielkim wyzwaniem”. W ten sposób elementarny obowiązek każdego dostawcy urasta nagle do dramatycznych rozmiarów, a produkt niespartolony wydaje się czymś równie trudnym do uzyskania, jak zwycięstwo w walce na szable lub pistolety. Poza tym każde wyzwanie miało to do siebie, że można mu było bez żadnej ujemy nie sprostać z przyczyn obiektywnych.

Obecne kryzysowe czasy przywracają jednak wyzwaniu jego prawidłowy sens, ponieważ interes każdej z działających na rynku firm wymaga już aktywnej obrony, związanej na ogół z poważnym ryzykiem. Widzą to już coraz wyraźniej ludzie zajmujący się wszelką gospodarczą praktyką, nie widzą tzw. ekonomiczni eksperci, dla większości których najbardziej aktualną kwestią jest ostatnio mętne szacowanie, jak długo ten kryzys może potrwać. Oczywiście odpowiedzi sugeruje się tu bardzo rozbieżne, lecz wszystkie są przysłowiowego „funtka kłaków” nie warte. Dla kogoś, kto tak stawia sprawę, kryzys trwać będzie raczej dożywotnio.

Kryzysy kończą się bowiem nie z nadejściem określonej daty, lecz w momencie wyeliminowania zjawisk będących ich przyczyną. Nie wystarczy więc przygotować się do przetrwania niepomyślnego okresu (z głową w piasku i kuprem wystawionym na ciosy konkurencji), bo po pierwsze, snute dziś prognozy są ssane z nie zawsze czystych palców, a po drugie, z pokrzyśową rzeczywistością trzeba oswajać się na bieżąco, gdyż będzie ona z pewnością do teraz niejszej całkiem niepodobna.

Marzenie o tym, by wszystko zostało po staremu, wynika z naturalnej ludzkiej tęsknoty do stabilizacji. Ulegają jej również nawet mocarstwowe rządy, pompujące pieniądze podatników do wielkich przedsiębiorstw (np. bankowych lub produkcyjnych), które nie potrafiły same sobie zapewnić rentowności, a i po szkodzi nie prezentują żadnych programów naprawczych, wydając uzyskane dotacje po staremu... na premie dla zarządów.

Nie jest to wszystko jednak naszą pierwszoplanową troską w sytuacji, gdy grożą nam realne spadki przychodów we własnych warsztatach, sklepach, hurtowniach (a także w wydawnictwach branżowych czasopiśmie). Można to uznać za obiektywne nieszczęście i uciekać panicznie, jak przed falą tsunami, albo potraktować jako wyzwanie, po którym ucieczka z ubitej ziemi jest niehonorowa. Panika polega na cięciu wszelkich wydatków i kosztów na oślep, kunszt rycerskiej walki zaś na ponownej, chłodnej ich analizie. Niektóre okażą się wówczas nieuzasadnione, inne niezbędne, choć może nadmiernie kosztowne. Pozbycie się tych pierwszych i znalezienie dla drugich „tańszych zamienników” to już krok w kierunku indywidualnego wyjścia z kryzysu. Nawet przed terminem.

*Marian Kozłowski*

Marian Kozłowski

## Spis treści

### Aktualności

Produkty .....	4
Informacje .....	10
W Internecie .....	13

### Techniczne podstawy zawodu

Jak i kiedy wymieniać chłodnice? .....	14
Systemy uruchamiania hamulców .....	18
Tanio, szybko, kompleksowo .....	20
Usterki systemu common rail .....	30
Preparaty chemiczne dla motoryzacji .....	33

### Ekonomia, biznes, marketing

Inter Cars a kryzys .....	16
Inter Cars a Europa .....	17

### Praktyka warsztatowa

Diagnostowanie klimatyzacji automatycznych .....	22
Blacharskie naprawy nadwozi cz. VII: Prostownie szkieletu kadłuba .....	26
Wiosenna wymiana opon .....	28
Preparaty chemiczne dla motoryzacji .....	33
Podręcznik mechaniki pojazdowej (cz. V): Diagnostowanie uszkodzonych łożysk .....	48

### Motoryzacja wczoraj i dziś

Mechanik Roku 2009 .....	24
--------------------------	----

### Forum profesjonalistów

Dlaczego my? Co kupi się tylko u nas? .....	36
---	----

### Przeglądy rynkowe

Dystrybutorzy środków chemicznych .....	34
Zestawienie olejów i smarów .....	38

### Autorefleksje

Pożegnanie z drukiem .....	49
----------------------------	----

Od redakcji .....	50
-------------------	----

### Spis reklam

Akzo Nobel .....	2
Valvoline .....	5
Actia Polska .....	5
NGK .....	7
Motofocus .....	8
Fota .....	9
PIM .....	11
Robert Bosch .....	11, 13
CTS .....	15
Schaeffler Polska .....	21, 23
GG Profits .....	25
Cartec .....	29
Amtra .....	33
Petronas Lubricants Poland .....	35
Fuchs .....	39, 41
Total Polska .....	43, 45
Orlen Oil .....	47
TRW .....	51
Motul .....	52