

МАСЛЯНЫЕ БЕРЕГА

Игорь Моржаретто.
Фото: Александр Батыру



Если для автолюбителя моторное масло – не более чем технологическая жидкость (правда, первостепенной важности), то для целой отрасли это большой бизнес, в котором трудятся десятки тысяч людей, от операторов буровой установки до дизайнеров, придумывающих форму канистры. И деньги здесь вращаются огромные. В ближайших номерах журнала мы расскажем, кому принадлежит и как развивается автомобиль-

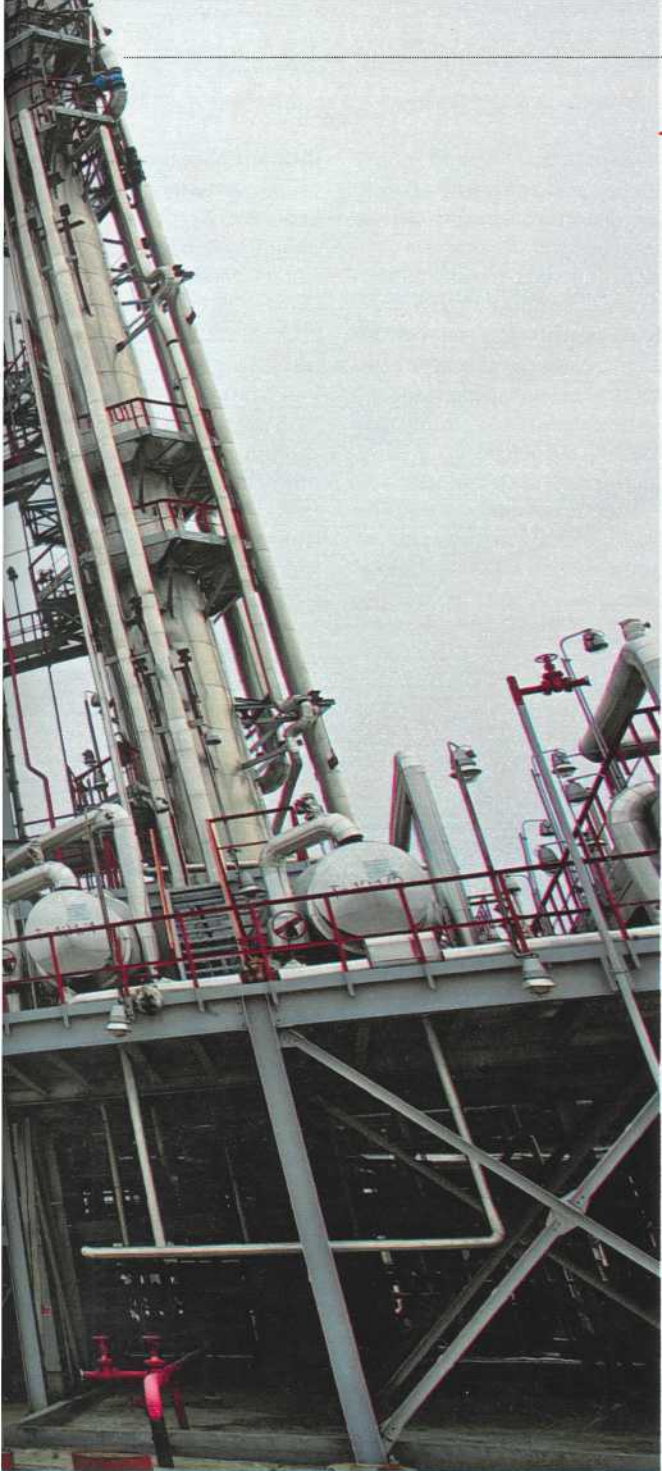
ный бизнес России. Начнем с масла, без которого ни один двигатель не работает...

МИРОВОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ... СЫРЬЯ

Знаете ли вы, что Россия сегодня – четвертый по величине потребитель масел в мире (после США, Китая и Японии)? Сейчас потребность страны в смазочных материалах оценивается в 2,7 млн. т в год; ежегодный

рост составляет 6–8%, так что уже в 2010-м нам надо будет 3,1 млн. т. Правда, эти цифры относятся ко всем смазочным материалам вообще; нас же интересуют только автомобильные моторные масла. Но и в этом случае речь идет о гигантских объемах и деньгах: только рынок фасованных масел для легковых автомобилей в прошлом году оценивался в 3,2 млрд. долл., а в 2010-м, по прогнозам, он превысит 4,2 млрд.!

Понятно, что конкуренция на этом рынке – высочайшая: по нашим подсчетам, здесь «толкаются» по крайней мере 17 известных брендов, среди которых самый крупный – ЛУКОЙЛ (он занимает более четверти рынка). Сегодня ЛУКОЙЛ – седьмой среди крупнейших производителей масел в мире. На втором месте в России (и 18-м месте в мире) – ЮКОС, далее следуют ТНК-ВР и «Славнефть», «Сибнефть» и «Башнефтехим».



БАЗА И ПРИСАДКА

Базовые масла используются как сырье для высококачественных смазочных материалов (после добавления различных присадок). Российские компании в основном продают базовые масла ведущим зарубежным по довольно низкой цене (по сравнению с высококачественными импортными смазочными материалами). Благодаря этому объем экспорта российских масел превышает 900 тыс. тонн ежегодно. После переработки новое масло в фирменной упаковке направляется потребителям, в том числе российским.

Российское производство транспортных масел (моторных и трансмиссионных) достигло в прошлом году 800 тыс. тонн (см. диаграмму). Вроде бы все хорошо, но...

Уже несколько лет в стране продолжается автомобильный бум. Если в 2002 году в нашей парке прибыло около 1,5 млн. машин, то ближе к 2010-му он будет ежегодно увеличиваться на 2,5 млн. легковушек. Быстро растет доля иномарок, особенно в Москве и крупных городах (в целом по стране, по прогнозам, к 2010 году она увеличится с 22 до 37%).

таточно комфортно чувствуют себя только в «зоне» минеральных масел, где у них вроде бы нет конкурентов. Зато иностранные бренды активнее занимают прилавки более дорогих полусинтетических и синтетических масел. На долю Mobil/Esso в России приходится уже 7% рынка, Shell – 5%, буквально в затылок им дышат BP, ZIC...

Это тем более обидно, что все российские производители могут претендовать на большую долю собственного рынка. Просто надо понимать, что львиную долю их выпуска составляют так называемые базовые масла.

Некоторые наши компании «доводят» свои базовые масла до мирового уровня на своих предприятиях, чтобы потом... продать под чужой маркой. Скажем, принадлежащий ЛУКОЙЛу производитель высококачественных смазочных материалов – завод Teboil в Финляндии производит ежегодно 60 тыс. тонн масел для таких клиентов, как Castrol, BP, Total и т.д. Масла под зарубежными брендами производят также на нефтеперерабатывающих заводах (НПЗ) в Ярославле

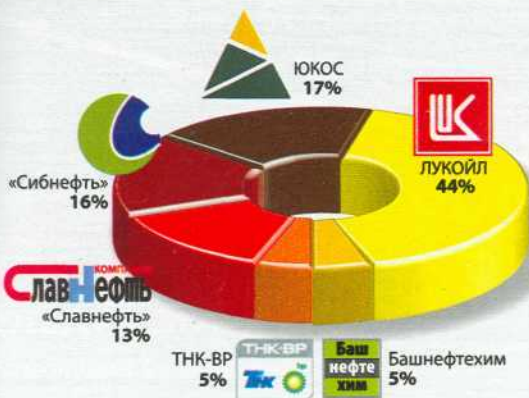
ЗА ПОСЛЕДНИЕ ТРИ ГОДА ИМПОРТ В РОССИЮ ВЫРОС ПОЧТИ В 1,5 РАЗА; НЫНЕ ДОЛЯ ВСЕХ ИМПОРТЕРОВ – 26% ОБЩЕГО РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ МАСЕЛ.

Понятно, что с обновлением парка меняется и структура спроса на моторные масла. Постепенно сокращается потребность в самых дешевых минеральных (в 2005 году на их долю приходилось 58% продаж, по прогнозам на 2010-й – будет не более 54%), растет доля самых дорогих, качественных – с 8 до 12%. Увы, 83% выпускаемых в РФ смазочных материалов ниже международных стандартов (хотя они и соответствуют нашим ГОСТам!). Российские компании пока дос-

(ТНК-ВР), Омске (бывшая «Сибнефть», сейчас «Газпром-нефть») и некоторых других.

Международные компании рассматривают наш рынок как приоритетный и предлагают здесь весь спектр новой продукции. А большинству российских компаний нечего им противопоставить – создание новых продуктов стоит дорого, стремительно дорожает и сырье. Выиграть эту гонку могут только крупные компании, располагающие дос-

ПРОИЗВОДСТВО ТРАНСПОРТНЫХ МАСЕЛ В РФ В 2005 ГОДУ





Все управление процессами приготовления и розлива масел на «НПЗ ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» ведется с единого диспетчерского пункта.

таточными ресурсами. Впрочем, есть здесь перемены к лучшему.

СТАНДАРТАМ API – СООТВЕТСТВУЕТ

Сегодня мало закрепиться в нише дешевых масел – жизненно необходимо расширить свое присутствие в более дорогих классах, где спрос растет быстрыми темпами, поэтому крупнейшие наши компании постепенно переходят от базовых масел к высококачественным. По данным на середину 2006 года, уже 10% российских моторных масел соответствовали (или превосходили) требованиям API (Американского института нефти). В октябре этого года в Перми на

НПЗ «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» открыли автоматизированный терминал – первую очередь современного комплекса по производству, затариванию, хранению и отгрузке масел.

Для России – сооружение уникальное. Склад-накопитель на 3 тыс. тонн расфасованных масел оборудован электронным учетом движения продукции, что позволяет одновременно отгружать до 12 вагонов и 30 автофургонов. На «лукойловские» моторные масла сегодня повышенный спрос – значит, предусматривается рост их производства. Сейчас в Перми в мелкую тару (1, 4, 5-литровые канистры) фасуют 50 тыс. тонн масел; до 2015 года

планируется удвоить эту цифру. Генеральный директор завода Владимир Жуков считает, что реализация проекта не только повысит эффективность бизнеса масел ЛУКОЙЛа, закрепив за ними лидерство на российском рынке смазочных материалов, но и обеспечит максимальную защиту потребителя от контрафактной продукции.

Строительство подобных комплексов, конечно же, дело непростое и недешевое:

пешно проходят самые строгие испытания в России и за рубежом. Руководители компании намерены к 2010 году занять долю в 40% на рынке масел СНГ, 15% – на рынке Восточной Европы и не менее 5% рынка Юго-Восточной Азии.

Есть подобные планы и у других российских компаний. Не так давно на рынок качественных смазочных материалов вышла компания «Татнефть», причем с



Контроль качества – на самом современном уровне.

ЛУКОЙЛ, к примеру, до 2010 года собирается инвестировать более 150 млн. долл. в модернизацию производства масел на российских НПЗ. Зато современные масла ус-

очень серьезными намерениями: в Нижнекамске строится современный завод синтетических и полусинтетических масел на 60 тыс. тонн в год. □