

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ЛЛК-ИНТЕРНЭШНЛ» МАКСИМ ДОНДЭ

## «Преодолевая трение»

Российские производители смазочных материалов готовы к открытой конкуренции

Серьезно доказывать роль и значение производства смазочных материалов для промышленности в целом нет необходимости. Достаточно вспомнить эпизод про планету Шелезяка из известного мультфильма про Алису по сказке Кира Булычева — целая планета робототехники чуть не погибла из-за испорченного масла. И не зря во время Второй мировой войны союзники бомбили масляные заводы нацистов. Именно без таких «мелочей», как масло, вся мощнейшая военная машина вермахта окажется парализованной. А вместе с ней — военная промышленность и экономика в целом. Сегодня мировой рынок производства смазочных материалов переживает кризис: с одной стороны, рост стоимости сырья (нефти) «съедает» прибыли производителей масел, с другой — производители современной техники все более сокращают потребление масел, увеличивая интервалы их замены, и одновременно предъявляют все более высокие требования к качеству самих масел. На фоне общих небольших темпов роста европейской промышленности это уже привело к тому, что все последние годы потребление масел в странах Европы неуклонно сокращается. Растущий российский рынок в глазах западных производителей выглядит в связи с этим достаточно заманчиво, тем более что и количество импортной техники у нас в стране также неуклонно растет. Каким образом российским производителям смазочных материалов в этих условиях удастся противостоять сильной конкуренции, что необходимо предпринять для нормального развития отечественного производства, в интервью рассказывает генеральный директор крупнейшей российской «масляной» компании — ООО «ЛЛК-Интернешнл» (100% дочернее предприятие ОАО «ЛУКОЙЛ») Максим Дондэ.

**вопрос:** Каковы на сегодняшний день позиции отечественных производителей масла по сравнению с зарубежными конкурентами в России?  
**ответ:** Конкуренция очень тяжелая для нас. Последние два-три года прошли под знаком массивного наступления зарубежных автомобильных брендов на отечественный рынок. Уже сегодня на территории России производятся Ford, Toyota, FIAT, Renault... По оценкам экспертов, к 2010 году здесь будут действовать 14 полноценных сборочных производств иномарок общей мощностью более одного миллиона автомобилей в год. При этом все иностранные автобренды приходят в Рос-

сию с четкими рекомендациями: использовать масло тех или иных западных производителей. И вопрос, получается, не в качестве самого продукта. Отечественное масло является качественным, но оно не акцептовано производителем автотехники — и все. Иностранные компании имеют давно сложившиеся партнерские отношения. А российская компания, которая хорошо спозиционирована, имея прекрасную производственную базу, этих отношений не имеет. Иностранным компаниям не пристало ломать голову, как продать свой товар: в спецификациях заранее прописано, где их масло должно использоваться.



Нам же сегодня надо пройти весь путь, который они прошли за десятилетия. Мы должны свои продукты разработать, испытать, мы должны установить эти отношения, мы должны добиться включения наших масел во все эти карты смазок. И только после этого — продать. А какой интерес у западного производителя использовать российские масла? Да никакого!

Соответственно сегодня в России наблюдаются две параллельные тенденции: рост импорта качественных масел и активное внедрение российскими компаниями программ импортозамещения. А для этого надо искать новые подходы к развитию данного бизнеса.

**в:** Что нужно сделать, чтобы изменить существующую пропорцию в нашу сторону?  
**о:** Именно здесь колоссальную роль может сыграть государство. Почему бы сегодня не постановить законодательно: хотите завозить свою технику, свое оборудование в Россию? Тогда акцентуйте наши масла. Ведь качественные смазочные материалы — это в числе про-

чего еще и стратегический ресурс государства. А сейчас порой дело доходит до абсурда: например, заводим турбины «Дженерал Электрик» для наших электростанций — с соответствующей записью о том, какое масло туда можно заливать. То есть производство электроэнергии в России не сегодня завтра станет функцией наличия импортных смазочных материалов.

**в:** То есть вы считаете, государству необходимо обязать иностранных поставщиков техники использовать только российскую смазочную продукцию?

**о:** Нет, этого не нужно. Да и юридически неосуществимо, если на то пошло. Мы не просим никаких преференций, никаких налоговых льгот. Не просим лоббировать наши интересы. Мы хотим только одного — обеспечения возможности играть на равных.

Ведь сегодня одной из важнейших тенденций на мировом рынке масел является снижение прибыльности бизнеса, которое происходит из-за подорожания сырья (стоимость барреля нефти уже доходит до 145 долларов). Кроме того, на Западе потребление масел ежегодно сокращается благодаря совершенным технологическим решениям в промышленности и низким темпам ее общего роста. И в этих условиях российский рынок — один из наиболее привлекательных. В секторе автомобильных масел спрос на высококачественные масла растет за счет увеличивающегося числа иномарок, прежде всего — российской сборки. В секторе промышленных масел спрос подталкивает процесс модернизации производства и внедрения новой техники в промышленности.

И, зная специфику ситуации, Россия вполне может диктовать свои условия зарубежным партнерам. Поставьте производителю оборудования, ввозимого в нашу страну, требование о необходимости сертификации локально производимых смазочных материалов. А уж конкурировать в соотношении цена-качество мы сумеем сами.

**в:** Для покупателя при одинаковом качестве российского масла обойдется дешевле?

**о:** Однозначно дешевле: локальное сырье, локальное производство, локальная рабочая сила — все дешевле. Хотя сегодня наши масла среди отечественных производителей стоят на самом высоком уровне, и потребитель готов платить за качество надежной компании даже большую цену, чем за масла конкурентов. Безусловно, основная задача нефтяной компании — добыча нефти и производство нефтепродуктов. Но, как отметил президент «ЛУКОЙЛа» Вагит Алекперов, масла — это единственный продукт, который потребитель может потрогать, увидеть на полке. И это формирует бренд компании, что очень важно.

Кроме того, в последние годы и правительство, и все высшие руководители отрасли единодушно говорили о высоких технологиях в нефтяной отрасли. А идея развития высокотехнологичного производства близка производству масла, потому как для нефтяных компаний это уход от продажи сырой нефти, это конечный продукт с высокой добавленной стоимостью. И, что немаловажно, это — отечественный продукт, а не проданный за рубеж в виде сырья и вернувшийся к нам в виде масла, добавочную стоимость кото-

рого получают иностранцы. Что весьма сказывается на конечной цене для покупателя.

**в:** Другими словами, отечественные производители смазочных материалов находятся в «глухой обороне»? Или все же есть планы развития в других странах?

**о:** Несомненно, есть. У «ЛУКОЙЛа» сегодня налажено производство в Румынии и Финляндии. Соответственно мы можем производить в разных местах и на разные рынки поставлять.

Мы запустили новый проект, связанный с улучшением качества и новым дизайном канистр для автомобильных масел. Сейчас идет процесс технического перевооружения для того, чтобы масла в канистрах нового дизайна выпускать и в Румынии, и в перспективе в Финляндии. Соответственно наша розница в Европе будет снабжаться с этих заводов.

**в:** Насколько известно, «ЛУКОЙЛ» был ориентирован на инновационные технологии и во времена тотальной сырьевой зависимости — фактически с момента своего возникновения. «ЛЛК-Интернешнл», будучи дочерней компанией, исповедует те же принципы? Чего уже удалось добиться в данном направлении?

**о:** «ЛЛК-Интернешнл» — интегрированная часть Группы «ЛУКОЙЛ», и потому принципы работы компании для нас являются определяющими. Для решения задачи развития инновационных технологий «ЛЛК-Интернешнл» за неполные три года с момента создания была проделана большая работа. Выстроена система управления и развития масляного бизнеса, линейка продукции систематизирована, и уровень продаж каждый год растет более чем на

10%. Мы начали развивать науку — то, что вообще никто в масляной теме раньше не делал. В этом году бюджет на исследования составляет порядка 95 млн рублей. Финансируем различные программы, выпустили ряд новых масел — для металлургии, для железной дороги, для ряда других отраслей. Стали работать напрямую с крупными конечными потребителями, вникать в их потребности, и с пониманием этих потребностей пошли новые продукты. Буквально на днях, например, КамАЗ отказался от использования масел одного известного западного производителя в собираемых на заводе двигателях Cummins — теперь они будут заливаться маслами «ЛУКОЙЛ». Это знаковая победа. Всё говорит о том, что логика того подхода, который мы избрали, верна, и она реально работает.

Сегодня наши лидерские позиции встали на уровень с западными производителями. Продукция индустриального сектора под брендом «ЛУКОЙЛ» имеет допуски таких лидеров мировой индустрии, как General Electric, Denison Bosch, Rexroth. В самое ближайшее время их круг пополнится еще несколькими крупнейшими зарубежными производителями. Мы заявили о себе в международном масштабе, вступив в Ассоциацию европейских производителей масел (APIEL), в Международный совет по двигателям внутреннего сгорания (CIMA). И если мы пока не определяем «моду» в вопросе использования смазочных материалов, то как минимум участвуем в ее разработке и делаем так, чтобы наш голос был услышан. Ведь это не только в интересах компании — это интересы всей российской промышленности.