

МАЛЕНЬКОЕ ПРЕПЯТСТВИЕ С БОЛЬШИМИ ПЕРСПЕКТИВАМИ

ОГРАНИЧЕНИЯ В СВЯЗИ С ПАНДЕМИЕЙ КОРОНАВИРУСА ПОВЛИЯЛИ НЕ ТОЛЬКО НА ПРОДАЖУ И ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ, НО И НА СВЯЗАННЫЕ С ЭТИМ ОТРАСЛИ. ПОСТАВЩИКИ АВТОМОБИЛЬНЫХ МАСЕЛ ТОЖЕ СТОЛКНУЛИСЬ С СЕРЬЕЗНЫМ КРИЗИСОМ, НО ЭТО НЕ ИЗМЕНИЛО ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ В ОТРАСЛИ. ВАЛЕРИЙ ЧУСОВ

В апреле и мае многие офисы и производства были закрыты, остановилась разработка новых продуктов. Сложности возникли и с продажами масел: во многих регионах запретили продажу запчастей и работу автосервисов. Но работу могли продолжать организации, обслуживающие технику, необходимую для обеспечения функционирования государственных и городских органов, и автомобили экстренных служб. И под эти условия подходили многие автосервисы. Однако в дни, объявленные нерабочими, с 28 марта по 11 мая (а в Москве — до 8 июня), интенсивность движения заметно снизилась, и это уменьшило потребность в топливе и, хотя в меньшей степени, в смазочных материалах. Поэтому приостановка производства масел была не только следствием указаний правительства, но и рациональным шагом, чтобы не работать «на склад». Кроме того, таким образом сформировался определенный отложенный спрос.

ЦЕНА БЕЗОПАСНОСТИ В Total Vostok уже в марте сотрудники офисов были переведены на удаленную работу, но продолжали поддерживать контакты с контрагентами. В региональных представительствах и центральном офисе были созданы антикризисные рабочие группы, которые делали все возможное, чтобы поддерживать логистику в условиях ограничений. Однако в апреле пришлось все-таки остановить завод в Калужской области.

«Наши производства также приостанавливали свою работу на некоторое время, из-за чего мы были вынуждены перенести часть планов, составляющих стратегию компании на 2020 год», — рассказала Анастасия Макаркина, руководитель отдела маркетинга компании Total Vostok.

Компания сразу же начала готовить свои мощности к постепенному возвращению в прежний режим с соблюдением всех необходимых мер безопасности. Благодаря своевременной подготовке компании удалось избежать колоссальных потерь. Завод был вновь запущен в начале июля, благодаря этому созданы все условия для достижения заявленной мощности — 40 тыс. тонн автомобильных и промышленных смазочных материалов к концу 2020 года.

В схожей ситуации оказались и другие производители и поставщики масел. Тут могла помочь широкая линейка продукции. «В сегменте промышленных масел, потребителями которых являются промышленные предприятия в горнодобывающей отрасли, металлургии и ряде других отраслей, несмотря на общее снижение деловой активности, сохранялся устойчивый спрос в течение всей первой половины 2020 года», — комментирует Кирилл Верета, генеральный директор ООО «ЛЛК-Интернешнл» (дочерняя компания ЛУКОЙЛ-

TOTAL И ЛУКОЙЛ ИМЕЮТ ЕЩЕ ОДИН КАНАЛ СБЫТА — ПЕРВИЧНУЮ ЗАЛИВКУ МОТОРНЫХ МАСЕЛ НА КОНВЕЙЕРАХ ПО ПРОИЗВОДСТВУ АВТОМОБИЛЕЙ НА ЗАВОДАХ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

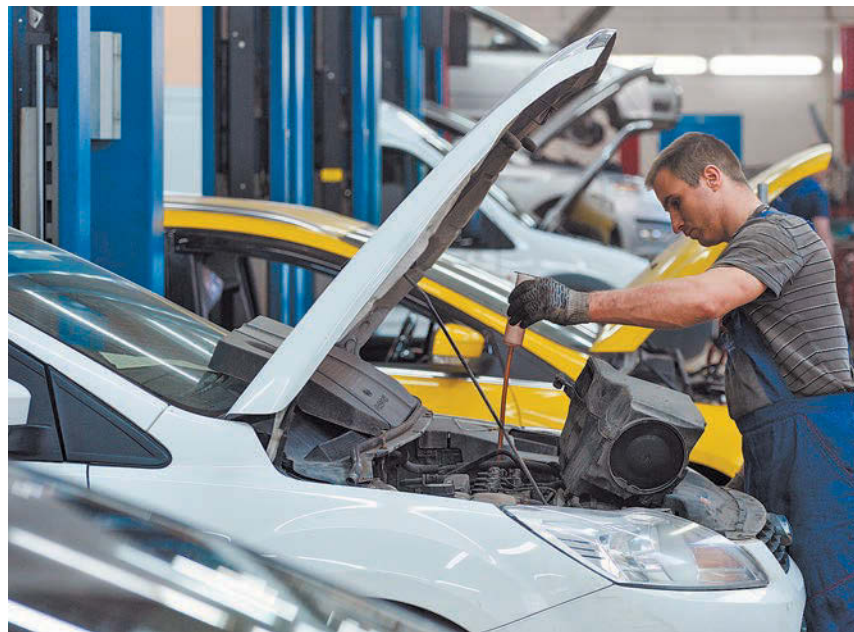


ФОТО: АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

Ла). А в розничной продаже поддерживать социальную дистанцию помогли новые методы торговли — у ЛЛК объемы продаж автомобильных масел через интернет выросли на 20%.

Тимур Хакимов, бизнес-аналитик компании Motul, отмечает, что введения ограничений в компании ожидали уже в феврале, поэтому к ним готовились: «Заблаговременное производство, насыщение цепочек поставок обеспечили наличие достаточного количества продукции как в международных распределительных центрах, так и в России». Однако спрос все-таки упал. Если оптовые продажи сохранились благодаря тому, что грузовые перевозки продолжались, то падение розничных продаж было довольно заметным. «Снижение продаж во втором квартале было одним из самых масштабных за последние 20 лет. Ограничения передвижения для частных водителей привели к вынужденным простоям большинства связанных с автоиндустрией предприятий. Возросшие онлайн-продажи не смогли компенсировать падение офлайн-канала на фоне ограничения работы автосервисов. Несмотря на рост продаж в третьем квартале, подпитываемый отложенным спросом, до сих пор розничные продажи не вышли на уровень 2019 года», — рассуждает господин Хакимов.

Total и ЛУКОЙЛ имеют еще один канал сбыта — первичную заливку моторных масел на конвейерах по производству автомобилей на заводах в России и за рубежом. «В рамках многочисленных партнерств с автомобильными брендами масла Total используются для первичной заливки многими автопроизводителями: Kia, Hyundai Trucks, КамАЗом, Haval, Ford Trucks, Iveco», — напоминает Анастасия Макаркина. Правда, производство приостанавливали и автомобильные заводы, но наличие таких клиентов помогает преодолеть последствия кризиса. Хотя масла для первичной заливки производятся в меньших масштабах, чем сервисные, которые используют при обслуживании автомобилей и поставляются розницу.

ЗНАЧИТЕЛЬНОГО РОСТА ПРОДАЖ МОТОРНЫХ МАСЕЛ ОЖИДАТЬ НЕ СТОИТ: ПРИБАВКА МЕНЕЕ ЧЕМ НА 10% ЗА ПЯТЬ ЛЕТ — ЭТО ПРАКТИЧЕСКИ СТАБИЛЬНОСТЬ

КАЧЕСТВЕННЫЙ РОСТ Проблемы из-за пандемии носят временный характер, и если не будет второй волны коронавируса, могут быть преодолены уже в недалеком будущем. В отрасли есть более долгоиграющие тенденции.

По данным агентства Russian Automotive Marketing Research (RAMR), в 2019 году без учета первичной заливки в России было продано 891,7 млн л моторных масел. Это меньше, чем в 2018-м, когда объем потребления составил 902 млн л. В связи с этим RAMR снизил прогноз рынка в пятилетней перспективе: если на 2023 год предполагался рост на 8%, до 976,1 млн л, то на 2024-й — 955,2 млн л, на 7,1%.

Больше всего моторных масел потребляют легковые автомобили — 377,4 млн л, и потребление за пять лет вырастет до 400,4 л, на 6,1%. Такой же рост предполагался и в прогнозе прошлого года. Легкие коммерческие автомобили (фургоны, грузовики и автобусы полной массой до 3,5 тонны) обеспечили покупку 157,4 млн л, и объем в этом секторе должен вырасти на 7%. В предыдущем прогнозе прирост ожидался больше — на 9,6%. Масло для грузовиков было куплено 330,6 млн л, и предполагается, что в 2024 году этот показатель возрастет до 356,8 млн л — на 7,9%. Годом ранее прирост ожидался на 9,6%. Еще один потребитель — автобусы. Их доля на рынке невелика: на смену масла в их двигателях надо 26,3 млн л в год. Но темпы прироста самые большие — на 12,1%, и этот прогноз больше предыдущего (11%). Интересно, что потребление масла автобусами, по данным 2019 года, выросло относительно 2018-го, как и легкими коммерческими, а грузовики и легковые автомобили, наоборот, сократили потребление.

Конечно, прогнозы будут меняться при изменении ситуации на рынке. Но в целом можно ска-

зать, что значительного роста продаж моторных масел ожидать не стоит: прибавка менее чем на 10% за пять лет — это практически стабильность.

Рынок масел постепенно меняется качественно. Старые автомобили, которые рассчитаны на недорогие минеральные масла, естественным образом уходят из парка, и их замещают современные модели, которые требуют масел с высокими характеристиками. По результатам исследований агентства «Автостат» в 2017 и 2019 годах изменение структуры парка привело к тому, что среди эксплуатируемых легковых иномарок доля двигателей, требующих масел класса SM и SN, выросла с 26,9% до 28,3%, доля аналогичных двигателей на машинах российских производителей увеличилась еще больше — с 22% до 28%. Выросла также доля автомобилей, для которых рекомендовано использование только синтетических масел: до 90% среди иномарок и до 55% среди российских автомобилей. Таким образом, в будущем ожидается устойчивый рост спроса на более современные высокотехнологичные и более дорогие масла.

Это отлично понимают и поставщики масел. «На фоне нарастающей с каждым годом заботы об экологии и окружающей среде большинство производителей моторных масел и смазочных материалов сейчас делают основной упор на экологичность своих продуктов. От современного моторного масла требуется не только защищать все узлы двигателя от износа, отводить лишнее тепло от агрегата и удалять загрязнения — оно должно быть максимально энергоэффективным, снижая расход горючего и повышая КПД двигателя», — говорит Анастасия Макаркина.

«ЛЛК-Интернешнл» также заметила сокращение спроса на минеральные масла и постепенно замещает их полусинтетическими и синтетическими. «Еще одним драйвером перемен на рынке смазочных материалов являются внедряемые экологически чистые технологии в двигателестроении. Развитие этих технологий способствует созданию высокотехнологичных маловязких масел, снижающих нагрузку на двигатель. Уже сейчас наблюдается потребность в маслах с вязкостью 0W-20, 0W-16 и ниже — первые два уже сейчас доступны в нашей линейке LUKOIL Genesis», — отмечает Кирилл Верета.

Ужесточаются требования и к маслам для коммерческой техники — с тем отличием, что на грузовиках и автобусах используются преимущественно дизели, а не бензиновые двигатели и работать им приходится более интенсивно. «В тяжелых условиях эксплуатации — грузоперевозки, сельскохозяйственная и горнодобывающая техника — важно обеспечить надежную и бесперебойную работу двигателя, поэтому наблюдается спрос на специализированные смазочные материалы. В ассортименте Total есть масла, учитывающие особенности работы каждого вида техники. Например, смазочные материалы Total Agri, специально разработанные для сельскохозяйственной техники и условий ее эксплуатации, Total Rubia — масла для автомобилей грузового сегмента, Total Rubia Works — для горнодобывающей техники, условия эксплуатации которой близки к экстремальным», — напоминает госпожа Макаркина. ■