

Все как по маслу

Украинский рынок смазочных материалов демонстрирует динамику роста и, несомненно, эта тенденция связана со стабильной работой агропромышленного комплекса. За последние несколько лет потребление увеличилось в 1,5 раза, во столько же увеличился выпуск продукции украинских нефтемаслозаводов. В то же время и иностранных торговых марок стало больше. Сейчас масла в Украине продают приблизительно под 70 брендами, при том, что количество национальных производителей можно посчитать на пальцах рук.

Потребление качественных моторных масел в Украине растет весьма динамично. Еще одна особенность рынка – украинские потребители постепенно отказываются от безымянной продукции и все больше предпочитают известные бренды.

В сфере продаж моторных масел доминируют 5-7 брендов, а самые «ходовые» торговые марки – Shell, Mobil, Castrol. Повышенная популярность к иностранным маслам в первую очередь объясняется тем, что в последние годы в АПК наблюдалось обновление автопарков. При закупке новой техники компании отдают предпочтение импортным брендам, так как для оборудования необходима надежная продукция высокого качества, имеющая соответствующие спецификации. Это ведет к усилению позиций иностранных производителей, предлагающих наиболее современные решения для сельхозтехники.

Аграрии посчитали, что затраты на смазочные материалы составляют 2% от общих затрат на содержание техники, при

этом позволяя существенно сэкономить средства на ремонте техники в будущем. Поэтому к маслам предъявляются очень высокие требования.

Кстати, о качестве и контроле рынка. Вся импортная продукция должна пройти сертификацию в Украине, чтобы ее можно было продавать, а украинские производители получают сертификацию в Химмотологическом центре института «МАСМА». Не смотря на это, эксперты рынка говорят, что встречается много контрафактной продукции, а также произведенной в Украине, но которая выдается за европейский продукт.

Украинское или иностранное?

Не смотря на популярность иностранных брендов, отечественные производители тоже демонстрируют высокие показатели роста объемов реализуемой продукции. Среди украинских производителей лидируют несколько компаний, но прежде всего,

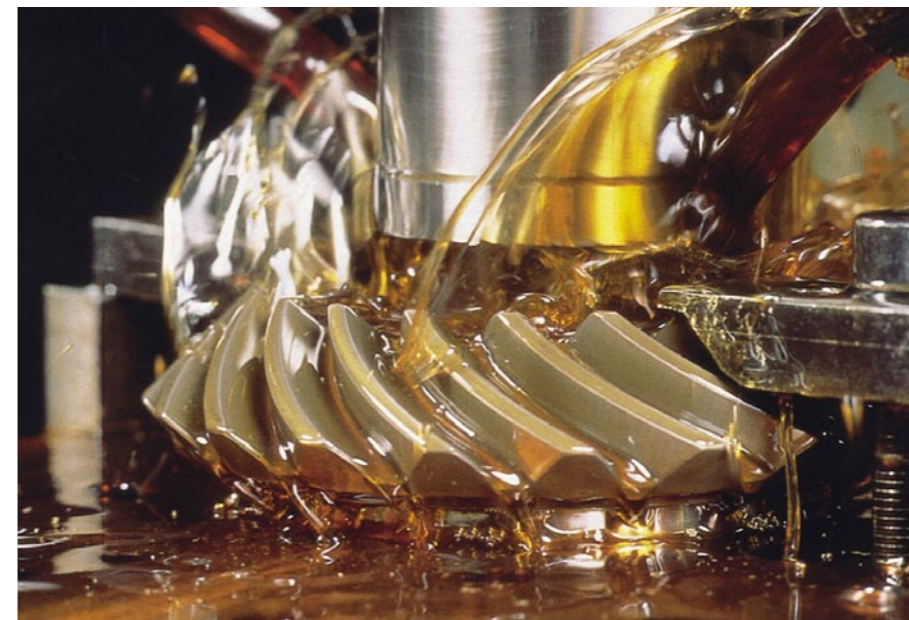
следует назвать «Агринол». Эта торговая марка заняла на рынке смазочных материалов достаточно прочные позиции. Выпуская качественную продукцию, имея свою сеть сбыта и представительства в разных городах Украины, «Агринол» успешно конкурирует с зарубежными производителями.

Сегодня продукция «Агринол» соответствует уровню эксплуатационных свойств API, ACEA и автопроизводителей. У масел «Агринол» есть допуск Cummins CES 20078 на дизельное масло с учетом стандартов по выхлопным газам (с системой рециркуляции отработанных газов – exhaust gas recirculation (EGR)) Агринол 15W-40 CI-4 GRAND DIESEL. Одобрение ПАО «ЗАЗ» на трансмиссионные масла для районов с жарким климатом TRANSMISSION Silver SAE 85W-90 GL-5, минеральное масло с повышенными противозадирными и противозносными свойствами TRANSMISSION SAE 85W-140 GL-5, масла для автоматических коробок передач Agrinol ATF III A-MATIC PLUS и Agrinol ATF IID A-MATIC.

Одобрение DIN 51524.2:HLP, ISO 67434: HM на безцинковые гидравлические масла «CI Free & Zinc Free» Hydroil HM Ultra (32; 46; 68).

«Агринол» проводит много программ по импортозамещению. В условиях кризиса, когда клиент не хочет терять в качестве, но вынужден экономить, эта компания способна предложить аналог импортному продукту, который будет полностью соответствовать по всем техническим параметрам.

Ведь аграрии уже понимают, что брендовые масла – это масла, сделанные под заказ производителя техники производителем смазочных материалов, так называемый приват-лейбл. Многие утверждают, что значимость применения именно этих масел к одноименной технике сильно преувеличена. И, как правило, пока техника на гарантии, приходится придерживаться рекомендаций производителя, а после переходят на другие масла – дешевле,



ДУМКА МАРКЕТОЛОГА



Наталья Церковникова,
директор маркетингового
агентства «СМАРТ КВИН»

Рынок масел тесно связан с автомобильным рынком, по сути это одно информационное поле, которое всегда было очень трендовое. А это значит большие маркетинговые бюджеты и манипуляции психологией потребителя. Все это «удачно» легло на потребительское убеждение – Украина никогда не была родиной технологий. Но, во-первых, по маслам была, а во-вторых – за многими одноименными с техникой брендами нет производства, лабораторий, специалистов и прочих технологий (всего того, за что готов переплачивать потребитель). Заказ на изготовление размещается на заводе, который делает и другие бренды. Производство может быть технологичным, а может и не очень – это неважно, потому что работает имидж бренда. Конечно, потребителю рассказывается о контроле, полном соответствии, специальных свойствах и т. д., но все это в маркетинге называется «легенда бренда». Она может быть правдивой, а может быть сказочной, как у известного шоколада – «...а потім маленьке звірятко загортає шоколад у фольгу».

Еще на украинском рынке есть маркетинговая технология «европейский след» – это ноу-хау украинского маркетинга. Когда товар любой ценой выдается за европейский. Есть европейские бренды, которые давно делаются не в Европе, но дистрибьюторы об этом упорно молчат, и только таможенные декларации хранят правду...

Любовь потребителя к европейскому стимулирует продавцов постоянно завозить на украинский рынок все новые неизвестные европейские бренды. Кстати, самих европейцев наш рынок смазочных материалов удивляет такой сильной «зависимостью от брендов» – в Европе масло подбирается с учетом технических и ценовых параметров на сервисных станциях.

Качество масла сегодня не определяется страной, оно зависит от сырья, научной базы, технологий производства, а вот спрос на него в Украине полностью управляется маркетингом.

ЭКСПЕРТНА ДУМКА

Андрей Ивченко,
ведущий продакт-менеджер компании «Астра»

Рынок

Компания «Астра» увеличила продажи масел на 20% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года за счет постоянной работы по расширению ассортимента и гибкой ценовой политики. Общая оценка рынка – рынок стабилен по объемам потребления, но усилились тенденции к потреблению продуктов более низкого ценового сегмента.

Компании – лидеры рынка не разглашают публично свои объемы продаж – это коммерческая информация. Лидирующие позиции на рынке техники для сельского хозяйства занимают оригинальные масла: JD, AGCO, CNH (PetronasAmbra/Akcella), Manitou, Claas (Avia).

Качество

Компания «Астра» рекомендует использование оригинальных масел, которые разработаны под определенный модельный ряд техники и учитывают все особенности эксплуатации вашей техники. В прошлом году наша компания вывела на рынок оригинальные масла AGCO, которые на данный момент пользуются огромной популярностью и используются большинством дилеров AGCO.

Разница

Разница между украинскими маслами и продуктами иностранного производства очень существенна. Все инновации в области ГСМ внедряют иностранные компании, лидерами в этой области являются компании Shell и Petronas. В нашей стране наблюдаются разрозненные попытки создания продуктов бюджетного уровня, но в целом уровень отечественных ГСМ можно охарактеризовать как LOW COST, наша компания рекомендует использовать их только в устаревшей технике советского образца.

Потребители должны понимать, что использование качественных масел дает существенную экономию. Значительно увеличивается ресурс узлов и агрегатов – а это снижение затрат на ремонт, улучшается экономия топлива и, что немаловажно в наше время, качественные ГСМ приносят гораздо меньший вред экологии.

КОМЕНТАР ВИРОБНИКА



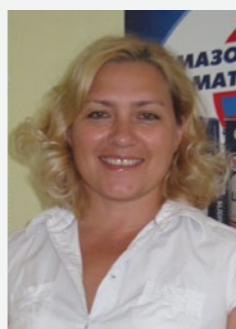
Олег Будянский,
член правления ПАО «Бердянские жатки»

На сегодня в ассортименте нашего предприятия навесные и прицепные модификации различной техники для уборки зерновых и зернобобовых культур. Понятно, что где техника, там и смазки. Смазки необходимы и для работы оборудования в производственных цехах, и при сборке самих жаток. В данном вопросе мы тесно сотрудничаем с компанией «Агринол».

Во-первых, смазочные материалы этого производителя – это большой ассортимент, который практически полностью покрывает наши потребности в маслах и смазках: редукторные масла и гидравлика, смазки для подшипников оборудования, СОЖИ для работы токарных мастерских. Обслуживание транспорта предприятия – это также масла «Агринол». И, конечно, наша продукция. Например, при сборке жаток пользуемся смазками LigreaseEP 3 и Литол-24 этого же производителя.

Конечно, свою роль сыграло и то, что территориально мы очень близки, поэтому вопрос своевременной поставки у нас неактуален. Все вопросы, такие как наработка смазок непосредственно под наши нужды и специальные требования, решаются очень быстро. Это удобно и экономически выгодно.

ЭКСПЕРТНА ДУМКА



Анна Надежда,
продакт-менеджер
компании «Агринол»

Рынок

Рынок масел и смазочных материалов в 2015 году продолжил свое падение, как в сегменте моторных масел, так и в сегменте промышленно-сти. Но сельскохозяйственная отрасль является относительно благополучной, и заметного сокращения потребления смазочных материалов мы не наблюдаем.

Рынок смазочных материалов агросектора Украины компания «Агринол» оценивает примерно в 40 тыс. тонн. Из них 35 тыс. т приходится на комбайны и трактора. Кроме того, сельскохозяйственная отрасль владеет большим парком грузовых автомобилей, который, по подсчетам наших аналитиков, потребляет не менее 3 тыс. т масел в год. Остальное приходится на другую спецтехнику и различные механизмы.

В дальнейшем прогнозируем, что рынок будет расти. Сегодня «Агринол» рассматривает сельскохозяйственную отрасль как приоритетную в своей сбытовой стратегии, и компании есть что предложить аграриям.

Качество

Во-первых, это наличие допусков, одобрений или испытаний. Во-вторых, физико-химические показатели масла и соот-

ветствие параметров заявленной эксплуатационной категории. Это показатели вязкости, температуры застывания, вспышки, щелочное число, а в отношении смазок – консистенция, температура каплепадения, наличие добавок и присадок. Если какой-либо параметр не отвечает нужной эксплуатационной категории – то нужно подбирать другой смазочный материал.

При выборе масла или смазки необходимо четко знать область применения и условия эксплуатации и быть уверенным, что смазка/масло подходит именно для данного конкретного случая.

Также важным критерием является непосредственно производитель. Производство смазочных материалов – это сложный технологический процесс. Компания «Агринол» неслучайно имеет замкнутый цикл производства – от прямых поставок сырья до фасовки в тару собственного изготовления. Замкнутый цикл производства позволил нам взять под полный контроль весь цикл и обеспечить стабильное качество продукции.

Разница

По большому счету между маслами украинского производства и иностранными разницы нет. В Украине нет своих базовых масел. База импортная, присадки также, разница в технологии и оснащении заводов. Большие маркетинговые бюджеты создали у потребителя иллюзию «сверхтехнологичности» импортных масел. Конечно, гаражное производство, которое столько лет процветало в Украине и продолжает работать сегодня, повлиало на интерес к импортным маслам. Но компания «Агринол» имеет серьезное намерение восстановить потенциал отрасли.

компания «Агринол»