



МАСЛА @ЛУКОЙЛ

#3

февраль
2006

Читайте в выпуске:

**Итоги международной
конференции
по смазочным материалам**

**Первые месяцы работы
новой компании**

**Мнение клиента:
УК "РусПромАвто"**

**Наши сотрудники:
Ольга Федорова,
старший менеджер
по продажам**

**ЛУКОЙЛ инвестирует
в Тюменский завод
масел**

**Высокая оценка бренда
ЛУКОЙЛ**

ООО "ЛЛК-Интернешнл"
Адрес: 109028 Москва,
Покровский бульвар, 3
Телефон: (495) 980-3912
Факс: (495) 933-9684

В Москве состоялась международная конференция по смазочным материалам

В конце ноября 2005 года в Москве состоялась 1-я Международная конференция "Производство и рынок смазочных материалов — 2005". В течение трех дней в работе форума приняли участие около 300 делегатов из 16 стран, которые представляли ведущие компании-участники мирового рынка смазочных материалов, таких как Shell, Fuchs Petrolub AG, RohMax Oil Additives, Lubrizol, Infineum, Afton Chemicals, CIBA Specialty Chemicals и другие. Генеральным спонсором конференции стало ОАО "ЛУКОЙЛ". Основное внимание участники конференции уделили новым научно-техническим и управленческим задачам по изменению структуры производства и реализации нефтепродуктов, которое обусловлено ужесточением требований современной техники к качеству смазочных материалов. Не менее актуальными оказались вопросы повышения качества смазочных материалов до уровня европейских нормативов, создание адаптированной к европейской системы испытаний и допуска российских нефтепродуктов.

Первым с трибуны московского Центра международной торговли к участникам форума обратился генеральный директор ООО "ЛЛК-Интернешнл" Максим Дондэ. В своем выступлении он рассказал об основных тен-

денциях на российском и мировом рынках масел и обозначил основные векторы развития бизнеса масел ОАО "ЛУКОЙЛ". Недавнее выделение этого бизнеса в отдельную структуру, приведшее к созданию ООО "ЛЛК-Интернешнл", явилось осмысленным шагом, которому предшествовал тщательный анализ опыта ведущих мировых нефтяных компаний.

"Мы изучили мировой опыт, и он подтвердил, что в рамках вертикально интегрированных нефтяных компаний бизнес масел всегда выделен в единую структуру. Это достаточно специфический бизнес, который требует особого внимания", — сказал М. Дондэ. Он также отметил ряд положительных тенденций на российском рынке готовых масел высокого качества, которые свидетельствуют о повышении требований потребителей к качеству продукции и ставят новые задачи перед участниками рынка.

По словам М. Дондэ, первоочередной задачей ООО "ЛЛК-Интернешнл" станет укрепление позиций именно в сегменте рынка высококачественных моторных и промышленных масел. "Мы ставим перед собой цель: разработку и сертификацию масел у производителей машин и механизмов, соответствующих современным стандартам и требованиям", — сказал руководитель компании.



В работе международной конференции приняли участие представители 16 стран.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ДОЛИ В МИРОВОМ СПРОСЕ НА СМАЗОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



На сегодняшний день конкуренция в данном сегменте рынка довольно острая, несмотря на относительно небольшие колебания спроса в последние годы — количественные параметры меняются незначительно, в то время как потребительские требования к качеству продукции стабильно растут. По словам генерального директора компании "ИнфоТЭК-Консалт" Тамары Канде-лаки, "ЛУКОЙЛ" продолжает оставаться лидером по производству го-

товых масел — в 2004 году компания выпустила 138,8 тыс. т. Для сравнения: занимающая вторую строчку ТНК-ВР за этот же год произвела 36,6 тыс. т масляной продукции.

Более 70% (1,37 млн т) масел для транспорта и масел промышленного назначения в 2004 году выпустили нефтеперерабатывающие заводы, которые входят в состав ведущих вертикально-интегрированных нефтяных компаний России. Около 200 тыс. т этой же продукции на рынок поставили нефтемаслозаводы и фасовочные компании. Оставшиеся 190 тыс. т пришли на счет зарубежных производителей.

О тенденциях на мировом рынке масел рассказал представитель немецкой компании Fuchs Petrolub AG доктор Георг Лингг. По его словам, спрос на смазочные материалы в развитых регионах (Северная Америка, Западная Европа) за последние 14 лет стабильно падает (см. график). В то же время рост потребления отмечается в странах Центральной и Восточной Европы, а самым быстрорастущим региональным рынком остается Азиатско-Тихоокеанский регион, на который в 2004 году пришлось 41,8% мирового спроса (в 1990 году доля стран АТР в мировом потреблении масел составляла всего 29,2%).

Кроме вопросов, связанных с развитием российского и международного рынков масел, участники конференции обсуждали и вопросы разработки и применения смазочных материалов с точки зрения производителей техники, промышленных и коммерческих потребителей. Свой взгляд на сложившуюся ситуацию в профильных сегментах рынка делегатам также представили производители присадок и смазок.

2-я Международная конференция "Производство и рынок смазочных материалов — 2006", состоится в Москве 28-29 ноября текущего года.

КОМПАНИЯ

ООО "ЛЛК-Интернешнл" определяет точки роста

Сегодня бизнес масел ОАО "ЛУКОЙЛ" оценивается в более чем \$500 млн и входит в 100 крупнейших бизнесов России по размерам оборотного капитала. Оптимизация управления масляным бизнесом Компании началась в феврале 2005 года, когда был создан профильный Департамент. Спустя восемь месяцев решением Правления ОАО "ЛУКОЙЛ" в октябре 2005 года было учреждено ООО "ЛЛК-Интернешнл" — 100% дочерняя компания ОАО "ЛУКОЙЛ". Таким образом, в Группе "ЛУКОЙЛ" создан единый центр ответственности за ведение бизнеса масел.

"Наша основная цель — консолидировать, структурировать и развить глобальный вертикально-интегрированный бизнес масел при максимальном использовании и развитии существующего производственного и инфраструктурного потенциала Компании, обеспечить усиление бренда ЛУКОЙЛа, обеспечить экономический результат в соответствии с ожиданиями акционеров и максимально удовлетворить потребности наших клиентов", —

сказал генеральный директор ООО "ЛЛК-Интернешнл" Максим Дондз.

Прежняя модель построения бизнеса масел, основанная на участии в нем многочисленных дочерних предприятий ЛУКОЙЛа, уходит в прошлое. Проведенная в 2005 году реструктуризация этого бизнеса позволит добиться, в первую очередь, сфокусированности и прозрачности, и сконцентрировать ответственность за результаты бизнеса в одной структуре.

На сегодняшний день рынок масел в России — это рынок потребителя. Производство масел в стране избыточно, предлагаемая потребителю продуктовая линейка достаточно широка. Поэтому в условиях обостряющейся конкуренции удержать существующих и завоевать новых клиентов — задача не из простых. В ООО "ЛЛК-Интернешнл" это хорошо понимают и готовы осуществить качественный прорыв в построении отношений с потребителями.

"Высокое качество продукции и уровень сервиса, своевременное реагирование на требования потребителя и ясное понимание рыночных тенденций — вот основные параметры, на которые мы будем ориентироваться в работе с клиентами", — говорит М. Дондз.

С 2006 года в основных регионах потребления продукции масел ОАО "ЛУКОЙЛ" начал работу институт торговых представителей, ко-

торые от имени ООО "ЛЛК-Интернешнл" будут осуществлять прямые продажи конечным потребителям. В настоящее время завершается реструктуризация дилерской сети, призванная оптимизировать продажи фасованной продукции Компании на принципах прозрачности и объективности критериев отбора дилеров. Реструктуризация предусматривает создание 9 территорий продаж и назначение на каждую из них дистрибуторов, роль которых будут исполнять дочерние сбытовые предприятия нефтепродуктообеспечения ОАО "ЛУКОЙЛ" (НПО). Они будут координировать работу региональных дилеров и вести продажи фасованной продукции, а также осуществлять отгрузки масел наливом через сеть своих нефтебаз и АЗС.

В качестве основной цели, которую компания ставит перед собой на российском рынке масел, ООО "ЛЛК-Интернешнл" видит производство современных высококачественных смазочных материалов. Рыночные реалии в этом сегменте бизнеса на сегодня складываются благоприятно — постепенно растут доходы населения и спрос на современные автомобили; расширяется сборочное производство и увеличивается парк иностранных автомобилей; промышленные предприятия постепенно переходят на импортное и высокотехнологичное оборудование российского производства,



которому требуются высококачественные масла. Грядущее вступление России в ВТО также накладывает определенные требования на всех участников рынка масел. В этом контексте также нельзя забывать и о постоянном ужесточении экологических требований, кото-

рые ставят новые, более комплексные задачи перед участниками рынка масел.

Среди основных составляющих успеха в бизнесе в ООО "ЛЛК-Интернешнл" видят укрепление кадрового состава молодыми, высококвалифицированными специалистами, инвестирование в науку и разработку современных технологий производства смазочных материалов.

"По поручению Президента ОАО "ЛУКОЙЛ" в настоящее время идет изучение возможностей по созданию научного центра Компании, который будет заниматься новыми технологиями, разработкой и сертификацией новых масел. Эта работа будет вестись совместно с ведущими российскими и зарубежными институтами", — сказал М. Дондэ.

МНЕНИЕ КЛИЕНТА

"РусПромАвто" выбирает масла "ЛУКОЙЛ"

На сегодняшний день масла "ЛУКОЙЛ" востребованы миллионами россиян. Доверяют продукции нефтяного гиганта и крупные промышленные потребители. Не первый год одним из основных корпоративных клиентов является ООО "Управляющая компания РусПромАвто". О сложившемся сотрудничестве с ЛУКОЙЛом и перспективах его развития нам рассказал начальник Отдела горюче-смазочных и лакокрасочных материалов и химической продукции "РусПромАвто" Дмитрий Терновский.

"Сегодня предприятия, входящие в состав нашего холдинга, потребляют в среднем 2 тыс. т масел в месяц. Более 50% этого объема приходится на промышленные масла, остаток — на моторные, гидравлические и трансмиссионные", — говорит Д. Терновский.

Лидером потребления среди компаний холдинга остается Горьковский автозавод — в среднем на ГАЗе ежемесячно закупают 600-700 т масляной продукции. Значительную часть масел, потребляемых предприятиями "Рус-ПромАвто", поставляет ООО "ЛЛК-Интернешнл" (дочернее предприятие ЛУКОЙЛа, управляющее масляным бизнесом Компании).

"С ЛУКОЙЛом сотрудничаем плотно и плодотворно, а с выделением масляного бизнеса Компании в отдельную структуру и внедрением единой сбытовой политики появились дополнительные преимущества сотрудничества, — объясняет Д. Терновский. — Прежде заявки на закупку продукции "РусПромАвто" размещало через отдельные предприятия нефтепродуктообеспечения, что создавало определенные организационные сложности. В результате создания

единого центра ответственности за ведение бизнеса в лице "ЛЛК-Интернешнл" работать стало удобнее, оперативно решаются все текущие вопросы".

"Сегодня мы сотрудничаем с единым партнером, который отвечает и за ценообразование, и за соблюдение сроков поставок, и все остальные организационные и технические вопросы", — отмечает Д. Терновский.

О преимуществах оптимизации корпоративного управления в "РусПромАвто" знают не понаслышке — в январе 2006 года в компании создана Дирекция централизованных закупок, взявшая на себя функции, которые ранее выполняли ее предшественницы — "дочки" "РусПромАвто", "РусПромАвтоСнаб" и "РПАС".

Еще одним неоспоримым преимуществом ЛУКОЙЛа является близкое соседство НПЗ Компании, которые расположены в Перми, Волгограде и Нижнем Новгороде, с регионами, в которых размещаются основные активы "РусПромАвто". Это, в свою очередь, позволяет ЛУКОЙЛу оперативно реагировать на заявки предприятий холдинга. По словам Д. Терновского, не редкость случаи, когда срок доставки продукции железнодорожным транспортом составлял от 24 до 48 часов.

"Мы высоко ценим профессионализм наших партнеров и дорожим сложившимися связями. Уверен, что и впредь "ЛЛК-Интернешнл" останется крупным поставщиком смазочных материалов для нужд предприятий



Начальник Отдела горюче-смазочных и лакокрасочных материалов и химической продукции УК "РусПромАвто" Дмитрий Терновский.

"РусПромАвто", — сказал Д. Терновский.

Заглядывая в будущее, представитель "РусПромАвто" отметил, что "омоложение" российского автопарка в последние годы обязательно найдет свое отражение в расширении сотрудничества двух компаний. Как утверждает Д. Терновский, высокая динамика роста отмечается в частности на рынке услуг внутригородских пассажирских перевозок в крупных городах, что приводит к росту спроса на автобусы и микроавтобусы, выпускаемых заводами ПАЗ, ЛиАЗ и ГАЗ. "В свою очередь, рост производства генерирует и рост потребления масел", — подытожил Д. Терновский.

О компании "РусПромАвто"

ООО "Управляющая компания РусПромАвто" (УК "РусПромАвто") является дочерним обществом холдинговой компании ОАО "ГАЗ". Компания была создана в 2005 году в ходе реструктуризации производственных активов ОАО "РусПромАвто". Основная часть этих активов планируется к внесению в уставной капитал ОАО "ГАЗ", оставшаяся часть находится под управлением УК "РусПромАвто".

Предприятия, управляемые "РусПромАвто", выпускают легкие коммерческие автомобили, грузовые автомобили, автобусы, легковые автомобили, строительную и дорожную технику, погрузчики, специальные транспортные средства, дизельные и бензиновые двигатели, дизельную топливную аппаратуру, автокомпоненты.

Новой компании – лучшие кадры!



Начиная с этого номера информационного бюллетеня МАСЛА@ЛУКОЙЛ мы будем знакомить наших читателей с сотрудниками ООО "ЛЛК-Интернешнл". Открывает новую рубрику интервью с Ольгой Федоровой, старшим менеджером по продажам масел. Ольга имеет два высших образования, окончила Московский государственный лингвистический университет (специальность — преподаватель английского языка) и Финансовую академию при Правительстве РФ (экономист), и олицетворяет собой поколение высокопрофессиональных, молодых и энергичных сотрудников, с которыми компания связывает свое будущее. В бизнес масел ОАО "ЛУКОЙЛ" Ольга пришла в 2003 году по конкурсу в Управлении производства и продаж масел. А совсем недавно, в связи с созданием ООО "ЛЛК-Интернешнл", Ольгу перевели в эту компанию на более высокую должность старшего менеджера. Ольга замужем, воспитывает 5-летнюю дочь. Свободное от работы время предпочитает проводить с семьей.

МАСЛА@ЛУКОЙЛ: Ольга, расскажите нам более подробно о своей работе.

Ольга Федорова: Моей основной задачей является координация поставок наливных и крупнофасованных масел на внутреннем рынке. По сути, это оптимальное распределение и перераспределение ресурса между покупателями на основании информации, полученной от наших торговых представителей в регионах.

МАСЛА@ЛУКОЙЛ: Насколько предсказуемы колебания спроса на продукцию ЛУКОЙЛа и удастся ли их спрогнозировать?

Ольга Федорова: Тщательное планирование продаж является одной из важнейших составляющих нашей работы. Ежемесячные и ежеквартальные планы продаж — это отправные точки, которые помогают оценить эффективность работы, чувствовать рынок и четко фиксировать те или иные его тенденции.

МАСЛА@ЛУКОЙЛ: Как на Вашей работе скажется реструктуризация бизнеса и переход на прямые отношения с конечным потребителем, который теперь в лице ООО "ЛЛК-Интернешнл" получит единого партнера?

Ольга Федорова: Объем работы несомненно увеличится, поскольку покупатели теперь имеют возможность выходить на нас напрямую, а не через посредников. Но это не пугает, а наоборот подстегивает — это вызов с профессиональной точки зрения, справиться с которым нам по плечу. В то же время, новая схема взаимоотношений с клиентами совершенствует логистику, дает более четкую картину о спросе на нашу продукцию и предоставляет возможность дойти до конечного потребителя масел ЛУКОЙЛа.

МАСЛА@ЛУКОЙЛ: Рабочего процесса, который шел бы гладко и без

осложнений не бывает нигде. С какими сложностями приходится сталкиваться Вам?

Ольга Федорова: Основная сложность — слишком большой ассортимент масел. Россия — огромная страна, а поскольку мы охватываем большое количество российских регионов, заявки на приобретение продукции поступают со всех концов страны и бывают самыми разными. Все эти пожелания мы стараемся учесть и удовлетворить каждого клиента, но иногда в силу чисто технических причин сделать это довольно трудно.

МАСЛА@ЛУКОЙЛ: Каковы основные плюсы работы в организации, входящей в Группу "ЛУКОЙЛ"?

Ольга Федорова: Это, прежде всего, престиж Компании, ее имя и высокая отраслевая репутация. Кроме того, это еще и стабильность, хорошие финансовые условия, открытое и доступное руководство, сплоченный, доброжелательный коллектив, в котором много молодых специалистов.

МАСЛА@ЛУКОЙЛ: Профессиональная мечта у Вас есть?

Ольга Федорова: Я думаю здесь лучше подойдет слово "пожелание" — хотелось бы съездить в регионы, побывать на наших заводах, ознакомиться с технологией производства тех самых масел, которые мы продаем. За шесть лет работы на нефтеперерабатывающем заводе (до прихода в ЛУКОЙЛ Ольга с 1997-го по 2003-й год трудилась в отделе внешнеэкономических связей Московского нефтеперерабатывающего завода — *прим. автора*) побывать на маслблоке не довелось, поскольку МНПЗ масла не выпускает. Из-за плотного графика на нынешней работе выбраться из Москвы и посетить хотя бы один НПЗ ЛУКОЙЛа пока не удавалось. Тем не менее, я надеюсь, что у меня такая поездка все-таки еще впереди!

ОАО "ЛУКОЙЛ" вложит около 1 млрд рублей в развитие завода по производству смазочных материалов в Тюмени и расширение сети АЗК на территории Тюменской области.

"Наш завод по производству смазочных материалов завершил реконструкцию, и мы продолжаем работать над его развитием. Пока этот процесс сдерживается подготовкой рынка для реализации смазочных материалов, но мы считаем, что наш завод в состоянии обеспечивать ГСМ весь восток РФ, в том числе и по производству смазочных материалов для морских судов", — сообщил Президент Компании Вагит Алекперов в ходе своего визита в Тюмень в начале февраля.

Инвестиции в развитие завода составят, по словам В. Алекперова, около 350 млн рублей. Мощности предприятия в результате модернизации планируется увеличить вдвое.

Кроме того, ЛУКОЙЛ намерен до 2008 года увеличить долю Компании на розничном рынке в Тюменской области до 20%. "До 2008 года нами намечена программа выхода на 20%-й уровень присутствия Компании здесь на розничном рынке. Сейчас мы занимаем около 9%", — сказал президент.

По словам В. Алекперова, объем инвестиций в этот проект составит около 600 млн рублей.

Для изучения работы зарубежных маслозаводов группа сотрудников ООО "ЛЛК-Интернешнл" и нефтеперерабатывающих заводов ОАО "ЛУКОЙЛ" недавно посетила дочернее предприятие Teboil, расположенное в г. Хамина (Финляндия). В ходе обмена опытом стороны обсуждали различные проекты по взаимодействию ООО "ЛЛК-Интернешнл" и финской компании.

ООО "ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез" совместно с компанией Oronite разработано тепловозное масло ЛУКОЙЛ М-14Д2. Получен допуск МВК и одобрение компании General Electric, на двигателях которой предполагается использовать это масло при их закупке ОАО "РЖД".

Бренд ЛУКОЙЛа занял пятое место в рейтинге 40 наиболее ценных брендов России.

ЛУКОЙЛ является единственной нефтегазовой компанией, включенной в рейтинг российских брендов. Бренд ЛУКОЙЛа оценен в \$688 млн. Рейтинг составлен компанией Interbrand Zintzmeyer & Lux AG (Interbrand Group). Методология оценки включает финансовый анализ, анализ роли и силы бренда, а также калькуляцию результирующей ценности бренда.

Данная методология сертифицирована ведущими международными аудиторскими компаниями. С 1993 года компания провела оценку более 3 тыс. брендов для 400 компаний мира.