

# МАСЛА @ ЛУКОЙЛ

№ 28 Декабрь 2011

Издание ООО «ЛЛК-Интернешнл»



## Цитата номера:

2011 год по многим показателям стал рекордным для масляного бизнеса ОАО «ЛУКОЙЛ»

СТР. 2

### Читайте в этом номере журнала:

Дилерская конференция  
в Турции: итоги и планы



«ЛЛК-Интернешнл» в Средней  
Азии: системный подход



Развитие бизнеса пластичных  
смазок: курс на лидерство



ПЛОХО ВИДНО?

СТЕКЛООМЫВАЮЩИЕ ЖИДКОСТИ ЛУКОЙЛ  
**ВЗГЛЯНИ НА ЖИЗНЬ ПО-НОВОМУ!**





## СОДЕРЖАНИЕ

### 2 ЖИЗНЬ КОМПАНИИ

Еще один год успешного развития

### 4 КОМПАНИЯ И ДИЛЕРЫ

Дилерская конференция в Турции: итоги и планы

### 7 ФОРУМ

К успеху через сотрудничество

### 10 НОВЫЕ РЫНКИ

Развитие «ЛЛК-Интернешнл» в Средней Азии: преимущества системного подхода

### 15 ПРОИЗВОДСТВО

Качество масел «ЛУКОЙЛ» – зависит ли от места производства?

### 17 ПАРТНЕРСТВО

Развитие бизнеса пластичных смазок: курс на лидерство

### 19 ПРОДУКТ

Хорошая «незамерзайка» – безопасная «незамерзайка»

### 20 НОВОСТИ

4



7



10



15



«МАСЛА@ЛУКОЙЛ»  
 №28 Декабрь 2011 г.  
 Учредитель: ООО «ЛЛК-Интернешнл»  
 Издатель: РПИ  
 Адрес редакции: ООО «ЛЛК-Интернешнл»,  
 119180 Москва, ул. Малая Якиманка д.6.  
 Телефон: +7 (495) 980 39 12  
 e-mail: ManvelovNV@lukoil.com  
 Тираж: 2 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.  
 Свидетельство ПИ №ФС77-28009



## Еще один год успешного развития

2011 год по многим показателям стал рекордным для масляного бизнеса ОАО «ЛУКОЙЛ». Существенных успехов на российском и зарубежных рынках в юбилейный для Компании год удалось достичь во многом благодаря правильно выбранной стратегии развития, а также слаженной работе высокопрофессионального коллектива «ЛЛК-Интернешнл».

**Н**а российском рынке абсолютный рекорд в уходящем году был достигнут в развитии продаж крупнофасованных масел. Эффективное управление дилерской сетью, активное продвижение программы импортозамещения на крупнейших предприятиях позволило реализовать 100 тыс. тонн продукции, что на 12% превышает рекордный результат 2010 г. Рекордным за всю историю Компании стал уходящий год и по продажам фасованной продукции на экспорт. Объем реализации составил 37 тыс. т, что на 23% выше показателя рекордного 2008 г. Выдающийся результат – рост на 84% – достигнут в сфере продаж судовых масел.

Общий объем продаж масел и прочей профильной продукции (включая автохимию) в 2011 г. составил 1,3 млн т – на уровне максимума 2010 г. Сохранение этого показателя в условиях драматического падения котировок и снижения спроса на масляную продукцию в течение последних двух месяцев уходящего года само по себе уже является неплохим результатом.

По итогам года отмечается качественный рост продаж в Средней Азии и Казахстане, а также в Белоруссии. В Средней Азии реализация мелкой фасовки увеличилась на 13%, крупной – на 26%, а в Казахстане соответственно – на 39% и 42%. В Белоруссии рост

продаж фасованных масел составил 27% к результатам 2010 года.

Активными темпами продолжилось освоение рынков Восточной Европы, Турции, стран Ближнего Востока. Рост продаж в 2011 году в каждом из этих регионов измеряется двухзначными величинами – от 20 до 50%. Впервые были осуществлены поставки продукции «ЛУКОЙЛ» в Монголию и Афганистан.

В прошедшем году успешно осуществлялась реализация базовых масел «ЛУКОЙЛ» как традиционным, так и новым зарубежным потребителям. При этом значительно расширена сеть поставок базовых масел в наиболее мобильной таре – флекси-танках.

### НОВЫЕ ПРОДУКТЫ И ОДОБРЕНИЯ

Еще одним безусловным показателем успешного развития «ЛЛК-Интернешнл» стала активная работа в области научно-технического развития. В рамках расширения ассортимента в 2011 г. разработано в общей сложности 38 новых продуктов под брендом «ЛУКОЙЛ». Начато, в частности, производство специальных масел для сельскохозяйственной техники серии ЛУКОЙЛ ВЕРСО (соответствуют требованиям ведущих мировых производителей, John Deere, Massey Ferguson, Case New Holland, VOLVO), турбинного масла ЛУКОЙЛ ТОРНАДО (одобрено

SIEMENS) и масел для прокатных станов ЛУКОЙЛ ИНТЕГО.

Кроме того, завершена разработка линейки премиальных моторных масел ЛУКОЙЛ ГЕНЕЗИС, появились новые энергосберегающие масла серии ЛУКОЙЛ АВАНГАРД Профессионал 5W-30 и 5W-40 (соответствуют требованиям Mercedes Benz, MAN, Scania, VOLVO, Cummins, MTU), разработаны новые масла для автоматических и механических коробок передач легковых и грузовых автомобилей ведущих мировых производителей. Выход этих масел на рынок запланирован на 2012 год, что позволит конкурировать с мировыми производителями смазочных материалов в наиболее маржинальном премиальном сегменте. Все новые масла «ЛУКОЙЛ», поступающие на рынок, имеют официальные одобрения отечественных и зарубежных производителей оборудования. За истекший год получено 49 одобрений, в том числе от Mercedes Benz, VW, BMW, Renault, Deutz, VOLVO, ZF, Massey Ferguson и др., а их общее количество превысило 350 штук. На сегодняшний день «ЛУКОЙЛ» является первым и единственным производителем масел в России, выпускающим моторное масло в соответствии с самыми современными американскими (API SN) и европейскими (ACEA A3/B4) спецификациями.

## ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ И КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Разработка и рост продаж новых продуктов в 2011 г. сопровождалась развитием производственных мощностей Компании. В апреле запущен в эксплуатацию новый цех смешения масел на нефтеперерабатывающем заводе «Петротел» (Румыния), а в мае – установка смешения и затаривания масел в Тюменском филиале ЛЛК. Мощность первой очереди высокотехнологичного комплекса в Румынии составляет 30 тыс. тонн фасованных масел в год, оборудование по фасовке позволяет выпускать свыше 120 видов продукции. Ввод в строй новой установки блендинга в Тюмени увеличил мощности филиала с 36,6 тыс. т в год до 60 тыс. т, а ассортимент расширен до почти 140 наименований. К важным итогам года следует отнести и поступательное развитие ООО «ИНТЕСМО» – совместного предприятия ОАО «ЛУКОЙЛ» и РЖД. СП полным ходом ведет строительство крупнейшего в России завода по производству пластичных смазок и в текущем году приступило к первым коммерческим поставкам продукции.

Не менее важным, чем строительство новых производственных мощностей, является развитие кадрового потенциала Компании, во многом и определяющего успех развития бизнеса. Прошедший год характеризуется началом системной работы по подготовке и привлечению высокопрофессиональных молодых специалистов, предусматривающей тесное сотрудничество с ведущими отечественными вузами – РГУ нефти и газа имени Губкина, Тюменским и Уфимским государственными нефтегазовыми университетами, Полоцким государственным университетом.

## СТАВКА НА КАЧЕСТВЕННЫЙ РОСТ

Дальнейшие планы «ЛЛК-Интернешнл» предусматривают продолжение развития производственных мощностей, как в части модернизации установок смешения масел (на заводах в Нижнем Новгороде и Волгограде) так и в сфере наращивания выпуска базовых масел III группы (в Волгограде) и начала производства групп II, II+ (в Перми). Стратегия Компании на рынке России предусматривает качественное изменение

производственного портфеля, предусматривающее постепенное снижение доли масел ГОСТ и рост продаж высокоэффективных фирменных масел. В перспективе производство готовых и базовых масел будет полностью сбалансировано.

Количественный рост производственных показателей ЛЛК будет происходить преимущественно за счет расширения международного присутствия, как в странах СНГ, так и в дальнем зарубежье. «В наших ближайших планах укрепление лидерства в России и расширение экспансии за счет выхода на наиболее емкие рынки сбыта – в Западную Европу и страны Юго-Восточной Азии, в том числе Китай, – отмечает генеральный директор «ЛЛК-Интернешнл» Максим Дондэ. – Уверен, что обеспеченность собственным сырьем, надежная производственная база, научно-технический потенциал Компании, опыт построения продаж, одобрения производителей оборудования на нашу продукцию – все это будет помогать маслам «ЛУКОЙЛ» в ближайшие годы чувствовать себя уверенно как на российском, так и на мировом рынке».

---

УХОДЯЩИЙ ГОД СТАЛ РЕКОРДНЫМ ПО ОБЪЕМУ ЭКСПОРТА ФАСОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ





## Дилерская конференция в Турции: итоги и планы

С 29 сентября по 2 октября 2011 года в турецком Белеке прошла очередная, седьмая по счету, конференция дилеров смазочных масел под брендом нефтяной компании ЛУКОЙЛ. В течение нескольких дней шел продуктивный диалог лидера российской отрасли масел с руководителями крупнейших компаний-продавцов в России и за рубежом.

**В** форуме приняло участие свыше 300 участников – региональные и иностранные дилеры, а также сотрудники «ЛЛК-Интернешнл». В Турцию приехали бизнесмены из многих городов России, а также представители Армении, Белоруссии, Казахстана, Латвии, Литвы, России, Таджикистана, Турции, Туркменистана, Узбекистана, Украины и Финляндии.

30 сентября стало днем пленарных заседаний. После приветственного слова генерального дирек-

тора ООО «ЛЛК-Интернешнл» Максима Дондэ с докладами выступили руководители Общества и дилеры.

Выступление первого заместителя генерального директора Алексея Филиппова было посвящено результатам работы дилерской сети и планам развития на российском рынке в 2012 году. Был отмечен рост продаж в крупной таре, а также некоторое снижение объемов продаж в мелкой и средней. Дилерских сертификатов лишились

15 компаний: девять – среди работающих одновременно в сегментах B2B и B2C, четыре – в сегменте B2B, одна – в сегменте B2C.

В 2011 году была изменена система мотивации. Ретро-бонус за территориальность был переведен в скидку с сохранением общей доходности. Это позволило сократить кассовый разрыв, увеличить оперативную прибыль, вовлечь в бизнес дополнительные денежные средства, а также проводить локальные маркетинговые акции. Был также упразднен бонус за закупку целевых групп, но введена мотивация на продукцию массовых групп.

А.Филиппов коснулся и соблюдения территориального бизнеса – в 2011 году был усилен контроль в этой сфере. В результате мониторинга соблюдения территориальности дилерами в розничных торговых точках силами агентства «ЛУКОМ-А» в течение года было зафиксировано 251 нарушение более чем у 50% дилеров. В результате 17 компаний полностью либо частично не получили ретро-бонусы. Что же касается планов на 2012 год, то они более чем амбициозны. В будущем году объемы продаж в мелкой и средней таре планирует-



---

С ПРИВЕТСТВЕННЫМ СЛОВОМ К ДИЛЕРАМ  
ОБРАТИЛСЯ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР  
ООО «ЛЛК-ИНТЕРНЕСНЛ»  
МАКСИМ ДОНДЭ





В СЕДЬМОЙ ДИЛЕРСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ ПРИНЯЛО УЧАСТИЕ СВЫШЕ 300 УЧАСТНИКОВ

ся нарастить на 15% (до 94,7 тыс. тонн), крупной фасовки – на 14% (до 85 тыс. тонн), автохимии – на 58% (до 15 тыс. тонн). В целом же запланировано реализовать 194,7 тыс. тонн продукции мелкой и средней фасовки, что на 17,3% выше показателя 2011 года.

Достижению поставленных задач должны способствовать усилия в нескольких направлениях. В дистрибуции планируется активная борьба с переливами, достижение максимального покрытия и присутствия. Маркетинг предполагает программу действий, нацеленную на изменение восприятия потребителей, мотивацию торгового персонала, разработку маркетинговых программ для дилеров. Подразделение технической поддержки намерено использовать уже наработанные методы взаимодействия с дилерами, товаропроизводителями и потребителями. Ценообразование будет сбалансировано по отношению к ценам конкурентов с учетом всех сравнительных преимуществ и недостатков. Продолжится работа с OEM и СТО.

Большая роль во взаимоотношениях между Обществом и дилерами сохранится у Дилерского совета. Основными задачами этого представительного органа являются обсуждение требуемых изменений в системе дистрибуции, совместное

рассмотрение инициатив и мероприятий, направленных на продвижение масел «ЛУКОЙЛ», изучение текущей ситуации и тенденций на рынке смазочных материалов, а также разрешение спорных вопросов. Совет состоит из 10 постоянных представителей крупнейших дилерских компаний, выбранных на Дилерской комиссии ООО «ЛЛК-Интернешнл», а также максимум 5 приглашенных участников. Заседания созываются ежеквартально либо по мере необходимости.

Начальник Управления маркетинга Сергей Залманов рассказал о деятельности своего направления в 2011-2012 годах.

Так, уже в октябре 2011 года стартовала осенняя промо-кампания «ЛЮКС + 1», в которой принимают участие 6700 АЗС «ЛУКОЙЛ» и розничных торговых точек. Акция сопровождается мощной медийной поддержкой, осуществляемой на телевидении, радио, в печатных СМИ, интернете, а также с помощью наружной рекламы.

В мероприятии «принимают участие» три продукта – моторные масла ЛУКОЙЛ ЛЮКС 5W-40 API SN/CF (новый продукт), а также ЛЮКС 10W-40 API SL/CF и ЛЮКС 5W-30 API SL/CF (это масло одобрено Ford и Renault). При приобре-

тении 4-литровой канистры акционного товара покупатель получает литр такого же масла бесплатно.

План маркетинговых и PR мероприятий на 2012 год предусматривает проведение различных исследований, формирование коммуникационной стратегии, разработку креативных концепций, дизайн этикеток, дизайн канистр, доработку стандартов фирменного стиля с целью их дальнейшего внедрения, разработку методических рекомендаций, доработку сайта Общества, а также подготовку материалов для размещения публикаций в СМИ.

В области продуктового маркетинга запланированы исследования рынка, формирование продуктовой стратегии, участие в создании новых продуктов для их дальнейшего вывода на рынок, введение в ассортимент новых видов упаковки, вывод из ассортимента устаревших продуктов, доработка и разработка новой продуктовой литературы, разработка методических рекомендаций по продвижению продукции в торговых точках (с доведением ее до конечных продавцов), а также формирование немасляного продуктового предложения.

Трейд-маркетинг будет включать мотивационные мероприятия, направленные на покупателей, а так-

же на руководителей торговых предприятий и непосредственных продавцов; разработку стандартов POS-материалов и организацию постоянного присутствия таких материалов в точках продаж; разработку стандартов фирменной одежды для торгового персонала, ее производство и раздачу; выпуск сувенирной продукции; доработку стандартов мерчендайзинга и доведение их до дилеров.

Если же говорить об ивент-маркетинге, то план работы предусматривает участие в выставках, конференциях и семинарах, организацию мероприятий для лиц, принимающих решения, и потребителей, а также спонсорство. В целом список такого рода событий насчитывает около 20 пунктов.

Презентация заместителя начальника Управления научно-технического развития Андрея Ясновского была посвящена вопросам технической поддержки. Профильным отделом из 11 человек проводится огромная работа. Так, до 45% рабочего времени

сотрудники проводят в командировках, география которых – свыше 40 российских и около 15 зарубежных городов.

Ежегодно отделом изучается свыше четырех тысяч запросов с сайта «ЛЛК-Интернешнл». Свыше 700 сотрудников компаний-дилеров приняли участие в семинарах, а общее количество тренингов превысило 50.

В год обрабатывается свыше 650 протоколов испытаний. По итогам 2010 года получено более сотни одобрений на продукцию под марками «ЛУКОЙЛ» и ТЕВОИЛ. Обработано около 30 претензий потребителей, из которых лишь четыре были признаны обоснованными.

Доклад начальника Службы безопасности Геннадия Куранова был посвящен системе контроля соблюдения территориального принципа дистрибуции. Ежемесячно в обществе получают данные о более чем 1000 канистр, купленных на территории Российской Федерации. В случае выявления нарушения территориального принципа в адрес

дилера направляется письмо-предупреждение, а в случае получения трех таких писем следует вызов на Дилерскую комиссию для решения вопроса о лишении статуса дилера либо о невыплате квартального ретро-бонуса.

Помимо пленарных заседаний и совещаний по более узким направлениям бизнеса, программа включала неформальное общение участников и коллективные мероприятия тимбилдинга.

Участники дилерской конференции были «разбиты» на шесть команд, членов которых можно было отличить по разноцветным косынкам – кто-то использовал их как банданы, другие повязывала на шею либо на запястье. Этапы тимбилдинга позволяли каждому найти занятие по интересам, «площадка» национального парка «Анталья» давала широкое поле для полета мысли организаторов мероприятий. Достаточно сказать, что автобусы, на которых была организована доставка участников от гостиницы, были оставлены в нескольких километрах от отправной точки тимбилдинга. Добираться до нее нужно было либо на «лэнд-роверах», либо на... всем знакомых тяжелых грузовиках «Урал», оборудованных скамейками и тентами.

Кто-то облюбывал небольшое проточное озерцо и горную речку, где при удаче можно было наловить форелей. Тут же были поставлены мангалы, на которых кипятили чай, а рыбу запекали в фольге – фольгу и соль выдали в небольшом кафе по соседству (там происходил обед для команд), а лавровый лист добыли непосредственно на месте с «профильных» кустарников. Другие пошли в горы, где наслаждались нетронутой природой, пением птиц и горными речушками.

Итогом дня стало представление судейской коллегии набора фотографий, каждая из которых должна была зафиксировать выполнение того или иного задания. А так как тимбилдинг живет по олимпийским законам – главное не победа, а участие – то в выигрыше оказались все.



---

ПРОГРАММА ФОРУМА ВКЛЮЧАЛА НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ УЧАСТНИКОВ И КОЛЛЕКТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ТИМБИЛДИНГА



## К успеху через сотрудничество



ФОРУМ

8-11 ноября в Москве состоялась II Московская международная неделя смазочных материалов, в рамках которой проведены VII Международная конференция «Производство и рынок смазочных материалов», II Международная конференция «Пластичные смазки» и II специализированная выставка «Сервис и оборудование для рынка смазочных материалов». В ходе пленарных заседаний и встреч «без галстуков» представители ведущих участников рынка в очередной раз получили возможность обсудить текущее состояние и важнейшие тенденции развития отрасли, технологические вызовы и их влияние на бизнес смазочных материалов. Ключевым словом, звучавшим на форуме в этом году, стало слово «сотрудничество».

**П**рошедшая нынешней осенью конференция, генеральным спонсором которой традиционно выступает ОАО «ЛУКОЙЛ», стала еще более масштабной, чем в прошлом году. Число делегатов превысило 420 человек, представивших в общей сложности более 160 компаний из 24 стран мира. За семь лет своего существования форум превратился в наиболее статусное отраслевое мероприятие не только российского, но и европейского масштаба.

Открывая конференцию, генеральный директор ООО «ЛЛК-Интернешнл» Максим Дондэ отметил, что 2011 год для российской экономики и отрасли смазочных материалов был достаточно благополучным. Предварительные итоги демонстрируют рост ВВП, транспортных перевозок и промышленного производства, особенно в отраслях – крупнейших потребителях смазочных материалов – металлур-

гии, машино- и автомобилестроении. «Основные показатели рынка масел стабилизировались после кризиса двухлетней давности, при этом все активнее набирает силу ключевой тренд последних лет – увеличение доли современных масел за счет сокращения гостовских. Номенклатура продукции отечественных компаний продолжает расширяться и российские производители все активнее конкурируют с

В ТЕЧЕНИЕ ФОРУМА РАБОТАЛА ВЫСТАВКА  
«СЕРВИС И ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ РЫНКА СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ»





ОЛЕГ ПАРАМОНОВ ПРЕДСТАВИЛ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ООО «ИНТЕСМО»

иностранными по поставкам высокоэффективных масел для современного промышленного оборудования», – отметил глава ЛЛК.

Спрос на масла с высокими функциональными свойствами задает один из главных векторов развития для компании «ЛУКОЙЛ», определяет направления модернизации производственных мощностей, как по получению базовых масел, так и по брендингу и фасовке товарных масел. В докладе на конференции глава «ЛЛК-Интернешнл» представил достижения и планы Компании по укреплению лидерства в России и расширению экспансии на зарубежные рынки, а начальник Управления научно-технического развития Общества Андрей Стерхов подробно рассказал об основных направлениях разработки новых товарных масел «ЛУКОЙЛ».

Восстановление оборотов российского рынка смазочных материалов до уровня 2007 г. отметила и генеральный директор ООО «ИнфоТЭК-Консалт» Тамара Канделаки. При этом спрос на автомобили к настоящему времени уже превысил докризисный уровень, и она полагает, что если не произойдет ничего неожиданного, то к 2020 году число машин на душу населения в России увеличится до 364 шт./тыс. чел., а автопарк страны существенно омолодится. Комментируя планы «ЛУКОЙЛа» и других российских компаний по модернизации производств базовых масел, Тамара Канделаки обратила внимание на их значимость для глобально-

го рынка смазочных материалов.

По ее прогнозу, в случае осуществления проектов в намеченные сроки к 2020 г. производство базовых масел в бывшем СССР вырастет по сравнению с 2010 г. более чем на 34%. При этом выпуск II, II+ и III групп вырастет в 13 раз на фоне снижения производства I группы примерно на 1/4. «На внутреннем рынке по мере запуска новых проектов произойдет замещение импортируемых базовых масел высокого качества и вырастет спрос на качественные базовые масла, связанный с ожидаемыми изменениями в структуре спроса на готовые масла. А на глобальном рынке снизится российское предложение группы I и вырастут поставки групп II и III», – полагает Тамара Канделаки.

### МИРОВОЙ РЫНОК: ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

На мировом рынке также наблюдается восстановление объемов реализации смазочных материалов. По данным спонсора-партнера конференции, компании Evonik Industries (в прошлом RohMax), кризисное падение уже сменилось ростом и до 2014 года потребление вырастет ориентировочно на 1,2 млн тонн. «Плохая новость заключается в том, что мы уже видим начало нового экономического спада во многих странах Европы, а хорошая – спад не будет такими драматичным, как раньше», – отметил в своем выступлении Уве Брюкнер, руководитель Evonik Oil Additives по продажам и работе с клиентами в европейском регионе.

Согласно докладу начальника департамента компании Infineum по связи с индустрией и OEM Брайана Крайтона, основной прирост объемов продаж автомобилей в ближайшие четыре года будет приходиться на Китай, Индию, Россию, Центральную и Восточную Европу. Наименьшие средние темпы роста продаж в период 2008-2015 г. ожидаются в ЕС (в Восточной Европе – 3%, в Западной – 2%), Северной Америке (3%) и Японии (0%). При этом в Азии (исключая Японию) среднегодовые темпы роста ожидаются на уровне 10%, в Африке и на Ближнем Востоке – 8%, в Южной Америке – 7%, в России – 4%.

По словам Крайтона, экономический спад приводит к ускорению изменений в мировой автомобильной промышленности, связанных с повышением требований к топливной экономичности и уровню выбросов углекислого газа. OEM-производители большее внимание уделяют малолитражным автомобилям, альтернативным трансмиссиям, гибридам и электромобилям. С учетом все более тяжелых условий эксплуатации оборудования, необходимости увеличения межсервисных интервалов и повышения надежности масел, для отрасли смазочных материалов это означает новые технологические вызовы. В ближайшие пять лет эксперты ожидают драматических изменений в подходах к качествам масел и введения новых спецификаций для моторных и судовых масел, а также для гидравлических жидкостей.

В данной ситуации производители смазок, с одной стороны, получают шанс разработать продукты, позволяющие удовлетворить поставленные требования, повысив таким образом свою конкурентоспособность и расширив бизнес. В то же время, появление экономических приводов, вовсе обходящихся без смазки или требующих лишь небольшого ее количества, в долгосрочной перспективе ставит под вопрос само существование индустрии в нынешнем виде.

Согласно докладу руководителя подразделений Evonik Oil Additives по работе с OEM-производителями и технической службы (Европа) Кристофа Винчерца, если в 2012



году альтернативные приводы (гибриды, электромобили, газовые и многотопливные двигатели) будут иметь 11,5% проданных автомобилей (9,4 млн из 82 млн), то в 2020 г. – уже 19% (19,2 млн из 103 млн). Снижения доли традиционных двигателей в последующие десятилетия ожидают и другие ведущие производители присадок – Chevron Oronite и Infineum. «Чем скорее и чем более напористо производители смазок представят продукты, позволяющие экономить топливо в существующих приводах, тем более вероятно существование этих технологий в будущем – а в связи с этим и самих смазочных материалов», – полагает Винчерц.

### **СОТРУДНИЧЕСТВО – ЗАЛОГ УСПЕХА**

В качестве возможных решений задачи повышения топливной экономичности и снижения выхлопов углекислого газа эксперты выделяют переход на масла с низкой вязкостью и снижение фрикционных характеристик. Менеджер по маркетингу автомобильных масел Chevron Oronite Ксавье Вилалон в связи с этим отметил ключевую роль присадок и критически важное значение инвестиций в новые технологии, а специалист по эксплуатационным характеристикам продукции ExxonMobil Chemical Сэнди Рейд-Петерс – широкие возможности использования синтетических базовых масел. «Благодаря таким свойствам, как высокая окислительная, термическая и гидролитическая устойчивость, возможность управления формированием отложений, низкая летучесть, низкие коэффициенты сцепления и хорошие низкотемпературные показатели, масла на основе полиальфаолефинов обладают всеми возможностями для того, чтобы помочь в решении растущего количества задач, которые встают перед смазочными материалами», – отметил в своем выступлении Рейд-Петерс.

Брайан Крайтон из Infineum в свою очередь полагает, что наиболее рентабельным способом повышения эффективности автомобилей является постепенное усовершенствование трансмиссий, т.к. при большей эффективности гибридных,

электрических двигателей и топливных элементов с точки зрения выбросов, коробки передач для данной техники весьма дорогостоящи. В своем докладе он привел долгосрочный прогноз развития трансмиссий и отметил, что появление улучшенных коробок передач откроет возможности для создания дополнительной ценности для разработчиков жидкостей, участников рынка и производителей комплексного оборудования. Обязательным условием достижения максимальной выгоды для всех сторон станут сотрудничество и совместные разработки технических средств/жидкостей на ранних этапах.

В течение нескольких сессий конференции участникам традиционно были представлены интересные доклады о дальнейших направлениях развития техники, тенденциях и новых разработках в сфере производства присадок, базовых и товарных масел. Особое внимание уделено перспективам малотоннажного выпуска смазочных материалов и аутсорсингу производства масел, исследовательским методам и оборудованию.

### **ПЛАСТИЧНЫЕ СМАЗКИ: ВРЕМЯ ОБЪЕДИНЯТЬСЯ**

Завершилась неделя смазочных материалов днем, посвященным тенденциям и проблемам индустрии пластичных смазок. На II Международной конференции «Пластичные смазки» выступили представители ведущих участников рынка, в числе которых был и Олег Парамонов, генеральный директор ООО «ИНТЕСМО» – совместного предприятия «ЛЛК-Интернешнл» и ОАО «РЖД».

Одним из важнейших итогов этой встречи стало создание рабочей группы по разработке учредительных документов Международной ассоциации производителей пластичных смазок и специальных продуктов России и Украины. Создаваемая Ассоциация будет способствовать скорейшему решению проблем индустрии пластичных смазок, ее инновационному развитию, а также консолидированно представлять интересы отрасли в органах государственной власти и других организациях.





## Развитие «ЛЛК-Интернешнл» в Средней Азии: преимущества системного подхода

Одним из приоритетных регионов для развития бизнеса смазочных материалов президент ОАО «ЛУКОЙЛ» Вагит Алекперов определил Среднюю Азию, и к настоящему времени ООО «ЛЛК-Интернешнл» удалось достичь здесь существенных успехов, несмотря на тяжелые условия работы в регионе и высокую рыночную конкуренцию. Системный подход к развитию бизнеса обеспечил двузначные темпы роста реализации и качественное изменение структуры продаж.

Страны Средней Азии весьма привлекательны с точки зрения развития бизнеса смазочных материалов, в первую очередь по причине схожести структуры автомобильного парка и состояния промышленного оборудования с рынком Российской Федерации, а также благодаря большому потенциалу наращивания присутствия в регионе. Высокое качество продукции «ЛУКОЙЛ» вполне способно удовлетворить потребности данного региона, но в то же время развитие бизнеса на этом рынке является непростой задачей, т.к. в данном регионе полностью отсутствуют сбытовые предприятия Группы «ЛУКОЙЛ», а конкуренция со стороны других производителей смазочных материалов постоянно растет.

Тем не менее, комплекс системных мероприятий, направленных на изменение продуктовой линейки и развитие зарубежной дилерской сети, а также индивидуальный подход к рыночной специфике каждой страны позволили уже к осени текущего года достичь существенного роста объема реализации масел «ЛУКОЙЛ» в среднеазиатском регионе. Ключом к успеху послужила постепенная переориентация продаж с минеральных масел на полусинтетические и синтетические смазочные материалы, в большей мере отвечающие современным требованиям рынка. В рамках данного подхода была соответствующим об-

разом оптимизирована дилерская сеть, в результате чего в числе партнеров «ЛЛК-Интернешнл» остались только компании, действительно умеющие продвигать дорогой и качественный продукт.

Дальнейшему изменению качественного состава участников дилерской сети будет способ-

ствовать начавшееся внедрение единого стандарта требований к дилеру. «Мы сильная компания, у нас сильный бренд и качественный продукт, мы даем дилеру хороший заработок и считаем, что можем требовать от него качественных изменений в работе, – отмечает заместитель начальника Управления

Е. ГОРБУНОВ ОКОЛО КАРЬЕРНОГО САМОСВАЛА EUCLID R-170, ПРИНАДЛЕЖАЩЕГО КОМПАНИИ «КАЗХРОМ», ДОНСКОЙ ГОК, Г. АКТОБЕ, ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИСПЫТАНИЙ МАСЛА ЛУКОЙЛ АВАНГАРД ЭКСТРА





продаж на экспорт ООО «ЛЛК-Интернешнл» Роман Милаш. – К сожалению, пока не все компании должным образом работают с розничными каналами, в т.ч. имеют в штатной структуре необходимое количество торговых представителей, пользуются качественным транспортом, предлагают своевременные логистические услуги и т.д.». Базовым рынком для развития деятельности Компании в Средней Азии стал Казахстан, где по итогам девяти месяцев текущего года объем продаж масел в мелкой и средней таре увеличен на 45%, а в крупной – на 62%. В Киргизии, Узбекистане, Туркменистане и Таджикистане продажи увеличились соответственно на 37% и 19%.

### ПЕРВЫЕ УСПЕХИ

При работе с сектором В2В в Казахстане ООО «ЛЛК-Интернешнл» ориентируется, прежде всего, на поставку современных высокоэффективных смазочных материалов в рамках программы импортозамещения (замена импортных аналогов смазочными материалами отечественного производства). Появление в составе технического парка промышленных предприятий данного региона большого количества современных машин и оборудования иностранного производства требует высококачественных смазочных материалов, а потребитель заинтересован, прежде всего, в качестве по разумной цене. Реализация программы импортозамещения на крупнейших предприятиях – один из основных способов завоевать доверие потребителя на рынке в целом. Для подтверждения высоких характеристик смазочных материалов «ЛУКОЙЛ» и возможности их применения вместо продукции зарубежных производителей были инициированы эксплуатационные испытания на оборудовании крупнейших промышленных потребителей Казахстана.

Первым успехом Компании в 2010 году стало положительное решение АО «НК «Казахстан темир жолы» о

ЗАМЕНА МАСЛА  
НА СТАНЦИИ  
ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ  
В Г. АКТАУ



РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛО ЛУКОЙЛ ЛЮКС СИНТЕТИЧЕСКОЕ 4+1»  
В ГИПЕРМАРКЕТЕ METRO Г. АСТАНА

замене в тепловозах производства General Electric масла Shell Caprinus HPD-40 на отечественный аналог ЛУКОЙЛ М-14Д2. В текущем году успешно проведены испытания смазочных материалов «ЛУКОЙЛ» на оборудовании крупнейшего казахского сельскохозяйственного предприятия ТОО «Иволга-Холдинг» и одного из крупнейших добываю-

щих предприятий страны – АО ТНК «Казхром» (Группа компаний ENRC). «Успешно проведенные испытания в очередной раз подтвердили тот факт, что масла под брендом «ЛУКОЙЛ» соответствуют по своим эксплуатационным свойствам лучшим импортным аналогам и могут применяться в самой современной технике», – сообщил стар-





ший менеджер отдела технической поддержки Евгений Горбунов.

Реализованные проекты позволили сформировать положительный имидж смазочных материалов «ЛУКОЙЛ» в глазах ключевых промышленных предприятий страны и заложили фундамент для дальнейшего укрепления позиций Компании в индустриальном секторе.

### С АКЦЕНТОМ НА ПРЕМИУМ-МАСЛА

Работая в Казахстане, ООО «ЛЛК-Интернешнл» уделяет внимание не только работе с крупными промышленными предприятиями, но и активно наращивает присутствие в розничном секторе. Это достигается за счет развития сотрудничества с крупнейшими гипермаркетами страны и станциями технического обслуживания (СТО), а также проведения специальных акций. Первым крупным ритейлером Казахстана, разместившим на сво-

ПОДДЕРЖКА ПРОМО-АКЦИИ «ПЕРЕЙДИ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ» В МАНГИСТАУССКОЙ ОБЛАСТИ

их полках масла «ЛУКОЙЛ», стала сеть МЕТРО, с которой «ЛЛК-Интернешнл» уже не первый год успешно сотрудничает на территории России, Украины и Турции. ЛЛК была приглашена к переговорам о поставках продукции «ЛУКОЙЛ» в гипермаркеты МЕТРО в 2010 году и сегодня продукция Компании представлена уже в пяти торговых центрах (два в Алматы и по одному в Астане, Шымкенте и Караганде). Действующая схема сотрудничества с МЕТРО позволяет проводить промоакции с маслами «ЛУКОЙЛ» по единому сценарию одновременно во всех гипермаркетах сети. Весной текущего года инициирована акция, дающая покупателю возможность приобрести 5-ти литровую канистру масла ЛУКОЙЛ ЛЮКС 10W40 SL/CF по цене 4-х литровой, а осенью – аналогичное

мероприятие по маслу ЛУКОЙЛ ЛЮКС 10W40 SM/CF. Обе акции были нацелены на привлечение внимания покупателей к полусинтетическим и синтетическим маслам ЛУКОЙЛ ЛЮКС. После успешного появления масел «ЛУКОЙЛ» на полках МЕТРО в свой постоянный ассортимент их ввела и вторая по величине торговая сеть страны – «Magnum» (два торговых центра в Алматы и один в Караганде). Активное сотрудничество «ЛЛК-Интернешнл» с автосервисами в республике развивается при помощи Программы «Развитие продаж фирменных масел «ЛУКОЙЛ» в СТО», стартовавшей в марте 2011 года. Программа предусматривает бесплатную передачу в пользование автосервисов высококачественного оборудования для экспресс-замены моторного масла и набора инструментов для смены масляных фильтров (производитель – итальянская фирма Alfa Lub). Станции технического обслуживания относятся к наиболее перспективному каналу сбыта, т.к. именно здесь предпочитает менять моторное масло все большее число автовладельцев. В странах Средней Азии люди пока еще с недоверием относятся к маслам, расфасованным в бочки, и часто приезжают на сервис со своей канистрой. Но, учитывая существенные экономические преимущества крупной тары и гарантии качества оказываемой услуги (пломбировка бочек, сертификация СТО, фирменное оборудование и

А. СУХОТЕРИН, ДИРЕКТОР ТОО «КАЗАХСТАНСКАЯ ТОПЛИВНАЯ КОМПАНИЯ»





спецодежда «ЛУКОЙЛ»), со временем менталитет потребителей, безусловно, будет меняться.

«Основное отличие нашей программы от предложений других производителей масел в том, что мы не требуем от партнеров применения на СТО только масел ЛУКОЙЛа, а лишь настаиваем на выполнении договорных объемов потребления нашей продукции. Тем самым мы даем станциям технического обслуживания возможность охватить широкие массы автомобилистов, – рассказывает старший менеджер проекта «ЛЛК-Интернешнл» Андрей Обухов. – При этом услуга по замене масла будет предоставлена автомобилистам квалифицированно, технологично, быстро, с соблюдением всех экологических норм, а время ее оказания сокращается в 2-3 раза».

На первом этапе – с марта по сентябрь – программой было охвачено 30 сервисных станций и результаты их работы уже подтвердили правильность подхода. При нормативе закупки масел в 400 литров на каждый комплект оборудования фактические продажи во 2-м и 3-м кварталах 2011 года составили в среднем 529 литров, из которых около 22% пришлось на масла ЛУКОЙЛ ЛЮКС. При этом в СТО зафиксировано также увеличение реализации масел в потребительской канистре. В 2012 году в программу предполагается включить еще 40 новых станций, в настоящее время проводится аудит претендентов на соответствие стандартам качества «ЛУКОЙЛ».

На стимулирование продаж премиальной продукции была направлена и проведенная осенью в Мангистаусской области Казахстана акция «Перейди на новый уровень». Для этого потребителям была предоставлена возможность приобрести в розничных торговых точках масло ЛУКОЙЛ ЛЮКС 10W40 SL/CF по цене ЛУКОЙЛ СУПЕР 10W40 SG/CD, а масло ЛУКОЙЛ СУПЕР 10W40 (15W40) SG/CD по цене ЛУКОЙЛ СТАНДАРТ 10W40 (15W40) SF/CC. Владельцы автомобилей с дизельным двигателем могли купить 5 литров масла ЛУКОЙЛ АВАНГАРД (Ультра и CF-4/SG) по цене, сниженной до уровня 4-х л. Помимо традиционных маркетинговых методов (печатные материалы, радиореклама и пр.) для поддержки данной акции неподалеку от Актау был организован специальный ралли-кросс с участием машин популярной гонки «Париж-Дакар». Событие собрало около 1,5 тыс. человек, а каждый участник заездов получил призы от генерального спонсора – ООО «ЛЛК-Интернешнл».

Впечатляющие достижения ООО «ЛЛК-Интернешнл» в Республике Казахстан были бы невозможны без совместной слаженной работы с сотрудниками АО «Петрокоммерц Казахстан» – официального дистрибьютора ООО «ЛЛК-Интернешнл» в регионе. Программа импортозамещения, программа развития СТО, рекламные и промо-акции

и другая маркетинговая поддержка – все важнейшие инициативы ООО «ЛЛК-Интернешнл» претворяются в жизнь при активном участии АО «Петрокоммерц Казахстан». «Всесторонняя маркетинговая и техническая поддержка участников дилерской сети, полный спектр логистических услуг – факторы успеха бренда «ЛУКОЙЛ» в Казахстане», – считает заместитель генерального директора АО «Петрокоммерц Казахстан» Дмитрий Сухотерин.

Значительных результатов добились и дилеры ООО «ЛЛК-Интернешнл» в Казахстане. Так, по итогам 9 месяцев 2011 года фактические продажи фасованных масел конечным потребителям увеличились на 24% по сравнению с аналогичным периодом 2010 года. Необходимо особо выделить ТОО «Казахстанская топливная компания» – наиболее активного дилера Республики Казахстан в 2011 году, получившего на VIII Международной дилерской конференции по маслам «ЛУКОЙЛ» заслуженную награду – Диплом ООО «ЛЛК-Интернешнл» за качественное развитие продаж фирменных фасованных масел «ЛУКОЙЛ».

## В САМОМ СЕРДЦЕ СРЕДНЕЙ АЗИИ

В Киргизии «ЛЛК-Интернешнл» также придерживается комплексного подхода, предусматривающего развитие и в сегменте продаж

ОТКРЫТИЕ ФИРМЕННОГО МАГАЗИНА В Г. БИШКЕК



промышленным предприятиям (уже выиграны тендеры на поставку масел на ТЭЦ г. Бишкек и в аэропорт «Манас»), и в рознице. Помимо использования казахского опыта Компания реализует ряд уникальных проектов, адаптированных к местным условиям. К таковым относится, например, строительство в Бишкеке первого в Средней Азии монобрендового магазина фирменных масел «ЛУКОЙЛ», совмещенного с пунктом замены масел. Оформленный в корпоративном стиле ООО «ЛЛК-Интернешнл» и ОАО «ЛУКОЙЛ» двухэтажный комплекс расположен у самого входа на рынок «Дордой» – крупнейший оптово-розничный рынок Центральной Азии с территорией 100 га и годовым оборотом более 4 млрд. долларов США. Помимо, собственно, приобретения продукции «ЛУКОЙЛ», в магазине клиент может заменить масло в двигателе и купить все необходимые расходные материалы (фильтры, промывочное масло и т.д.), а с 2012 года – и продукцию автомобильной химии марки «ЛУКОЙЛ» (антифризы, тосолы и стеклоомыватели), уже получившую высокую оценку на российском рынке. Если автомобилист решит залить «свое» масло, а не товар, купленный в магазине, ему также не откажут. Магазин начал работу в июне текущего года и, судя по предварительным результатам, выгодное расположение, наличие постов по замене масла и ориентация на единый бренд «ЛУКОЙЛ» полностью оправдали себя. Если за весь

2010 год в Киргизии было продано 9 тонн высокомаржинальных моторных масел ЛУКОЙЛ ЛЮКС, то только за три квартала текущего года объем реализации данной продукции достиг 65 тонн! Кроме того, за счет совмещения с пунктом замены масел, качественно повысился уровень оказания услуг клиенту, что существенно повысило лояльность к бренду и продукции «ЛУКОЙЛ». Этот нестандартный имиджевый шаг существенно повышает доходность бизнеса моторных масел сегмента PVL за счет оказания дополнительных услуг, и в ближайшее время его успех будет тиражирован. Компания «ТТС Трейдинг» – официальный дилер ООО «ЛЛК-Интернешнл» в Киргизии – планирует построить в Бишкеке еще один монобрендовый магазин. Входящие в состав фирменного комплекса пункты замены масла послужат также эталоном для киргизских СТО, с которыми ООО «ЛЛК-Интернешнл» будет развивать сотрудничество по аналогии с Казахстаном. Первые поставки оборудования по экспресс-замене масла в адрес автосервисов Киргизии состоятся уже в текущем году. «Реальный качественный шаг в регионе можно сделать, только работая в слаженном тандеме с профессиональными партнерами. Инициатива создания уникальных для Средней Азии маркетинговых решений, исходящая от дилера, нашла поддержку в нашей компании, и за короткий срок нам удалось со-

здать эффективную площадку для продвижения продукции «ЛУКОЙЛ», – считает менеджер отдела продаж готовых масел Виктор Титов.

## ВЫБРАННЫМ КУРСОМ

Системный подход, доказавший свою эффективность в Казахстане и Киргизии, ООО «ЛЛК-Интернешнл» намерено использовать и в других странах региона. Развитие бизнеса в Узбекистане, Таджикистане и Туркменистане также предполагает выезд специалистов Компании на место, разработку и внедрение специальных программ, учитывающих особенности той или иной страны. Основные усилия при этом в ближайшее время будут направлены на реализацию новых проектов по импортозамещению и развитие модели взаимодействия с СТО, успешно зарекомендовавшей себя в Казахстане. Кроме того, в планах Компании – начало сотрудничества с основными автопроизводителями региона, прежде всего с узбекским GM Uzbekistan.

«К сегодняшнему дню нам удалось вывести масла «ЛУКОЙЛ» на качественно новый, более высокий уровень восприятия потребителями стран Средней Азии. Мы заложили хороший фундамент для будущих достижений и не планируем останавливаться в развитии бизнеса на территории данного региона», – отмечает заместитель генерального директора «ЛЛК-Интернешнл» по коммерческим вопросам Алексей Стрельченко.

ФИРМЕННЫЙ ПУНКТ ЗАМЕНЫ МАСЛА В Г. ТАШКЕНТ







## Качество масел «ЛУКОЙЛ» – зависит ли от места производства?

Одним из самых активно используемых источников информации о смазочных материалах в настоящее время стал Интернет. Именно здесь автовладельцы все чаще ищут характеристики масел, обсуждают различные аспекты их использования. Как это ни удивительно, на некоторых интернет-форумах до сих пор можно встретить высказывания о том, что продукция одного из заводов «ЛУКОЙЛ» по качеству лучше, чем масла другого. При сегодняшнем подходе к контролю качества расхождение эксплуатационных характеристик одной и той же марки масла, произведенной на разных предприятиях Группы, практически не возможно.

**И**стория возникновения недоверия к масляной продукции одних заводов и «народной любви» к другим уходит корнями еще в советское время, когда нефтеперерабатывающие предприятия находились в государственной собственности и были относительно независимы друг от друга. Формально они были обязаны производить продукцию в соответствии с едиными ГОСТами, но по факту их технологические политики несколько отличались, что приводило в т.ч. к отклонениям в качестве масел.

К настоящему времени ситуация в этой сфере изменилась кардинальным образом. Прежде всего, на всех нефтеперерабатывающих предприятиях, вошедших после приватизации в структуру ОАО «ЛУКОЙЛ», система управления качеством была централизована. Теперь контроль за соблюдением рецептур осуществляется из единого центра принятия решений – Главного управления по нефтепереработке ОАО «ЛУКОЙЛ». На всех заводах «ЛУКОЙЛ» внедрена ме-



ИССЛЕДОВАНИЯ КАЧЕСТВ МАСЕЛ «ЛУКОЙЛ» ПРОВОДЯТСЯ КАК СОБСТВЕННЫМИ СИЛАМИ, ТАК И В ЕВРОПЕЙСКИХ ЛАБОРАТОРИЯХ ISP И APL



ждународная система менеджмента качества ISO 9001, предусматривающая единые требования для каждого масляного производства Компании, а исследования качества масел проводятся как собственными силами, так и в европейских лабораториях ISP и APL.

## ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ СТАНДАРТУ

Начиная с 2005 года, когда масляные производства «ЛУКОЙЛ» были объединены под управлением ООО «ЛЛК-Интернешнл», работа по унификации рецептур перешла на новый уровень. Общество взяло курс на лучшие мировые стандарты ведения глобального масляного бизнеса, предусматривающие идентичность качественных характеристик масла вне зависимости от места его производства. Достижение данной цели обеспечивается использованием единой для всех заводов рецептуры, единого пакета присадок и базовых масел стандартного качества. Для соблюдения всеми нефтеперерабатывающими заводами «ЛУКОЙЛ» целевых характеристик базовых компонентов был разработан и введен в действие специальный корпоративный нормативный документ, устанавливающий единые требования к базовым маслам.

«Сырье для производства базовых масел, поступающее на нефтеперерабатывающие заводы, действительно отличается по качественным характеристикам, содержанию серы и т.д. Но благодаря внутренним нормативным документам мы обеспечиваем единое качество базовых масел, – поясняет начальник отдела стандартизации «ЛЛК-Интернешнл» Валентин Немец. – Например, на отдельных предприятиях для этого осуществляется более глубокая переработка». Эффективность унификации требований к качеству базовых компонентов масел при этом вполне подтверждена не только при изготовлении продукции для российского рынка. Базовые масла ЛУКОЙЛ поставляются на зарубежные производства смазок Компании в Финляндии, Турции, Румынии, где из них вот уже несколько лет производят товарные масла для европейских потребителей.

## ПОДТВЕРЖДЕНО ИСПЫТАНИЯМИ

Ну а наиболее красноречивым подтверждением качества масел «ЛУКОЙЛ» являются, безусловно, более трехсот одобрений и допусков, полученных от производителей оборудования. В их числе как ведущие автоконцерны (Mercedes, BMW, Porsche, Ford, Volkswagen, Renault, Volvo, MAN и др.), так и крупнейшие производители индустриальной техники (Siemens, Denison, Rexroth, ZF, MTU и др.). Показательно, что производители оборудования сегодня уже не различают место производства масла «ЛУКОЙЛ» – Пермь, Волгоград, Нижний Новгород или Тюмень – одобрения выдаются на масло производства «ЛЛК-Интернешнл» и распространяются на все заводы.

Помимо использования единых требований к рецептурам и компонентам масел, данный результат достигнут за счет прогрессивного подхода к разработке новых продуктов и плановой (раз в три-четыре года) корректировке рецептур масел, уже поставленных на производство. Теперь даже если какую-либо марку планируется производить только на одном предприятии, в разработку рецептур вовлекаются базовые масла всех российских нефтеперерабатывающих заводов «ЛУКОЙЛ» – Волгоградского, Нижегородского и Пермского. Эксплуатационные испытания новой рецептуры на соответствие требованиям производителей техники и спецификациям, таким образом, подтверждают, что качество основ позволяет при добавлении присадок обеспечивать единый уровень качественных характеристик товарных масел для всех масляных производств Компании.

«Потребитель масла «ЛУКОЙЛ» не должен заботиться о том, где именно оно произведено. Благодаря единой политике в отношении рецептур и компонентов масел покупатель может быть уверен, что вне зависимости от места приобретения качество нашей продукции будет одинаковым», – отмечает начальник управления научно-технического развития «ЛЛК-Интернешнл» Андрей Стерхов.



## Развитие бизнеса пластичных смазок: курс на лидерство



ПАРТНЕРСТВО

В самое ближайшее время ОАО «ЛУКОЙЛ» выйдет в лидеры рынка пластичных смазок. Строительство крупнейшего в России завода по производству данной продукции идет полным ходом и его запуск в эксплуатацию состоится в 2012 г. При этом уже в текущем году Компания приступила к самостоятельному производству и поставкам пластичных смазок, добившись в этом направлении существенных успехов.

**П**роект создания современного производства пластичных смазок осуществляется ООО «ЛЛК-Интернешнл» в сотрудничестве с ОАО «РЖД», одним из самых крупных железнодорожных перевозчиков в мире. Практической реализацией строительства занимается совместное предприятие двух компаний – ООО «ИНТЕСМО».

Основной целью СП является обеспечение нужд РЖД в современных, безопасных и экологических смазках. На первом этапе будет освоено производство всей существующей номенклатуры железнодорожных смазок (буксовые, редукторные, колесо-рельс, для тормозного оборудования, смазки спецназначения), что позволит заместить поставки действующего производителя данной продукции – Кусковского завода консистентных смазок. Последующее развитие предполагает разработку и постановку на производство новых видов высокоэффективных смазок, отвечающих более строгим экологическим требованиям и способных принести РЖД существенный экономический эффект за счет большего пробега и, соответственно, интервала между заменами.

Кроме того, ООО «ИНТЕСМО» намерено стать лидером и в других сегментах рынка пластичных смазок, предлагая свою продукцию

широкому кругу промышленных и розничных потребителей. С первого дня работы новый завод будет производить самые востребованные виды смазок: ЛИТОЛ, солидол, УНИОЛ, ИП, ШРУС, ЛС, графитные, канатные и многие другие виды смазок. Стратегическим направлением развития ассортимента при этом станет импортозамещение. На основе анализа существующих на рынке импортных смазок компания будет разрабатывать аналоги, получать допуски от производителей оборудования и обеспечивать ввод в эксплуатацию на предприятиях и

у розничных потребителей. Помимо получения одобрений, работа СП с крупными конечными потребителями будет традиционно включать эксплуатационные испытания смазок, послепродажное обслуживание, а также выезд технических специалистов. Для эффективного взаимодействия с розничными точками на территории всей страны предполагается организовать профессиональную дистрибуцию продукции с привлечением товаропроводящей сети «ЛЛК-Интернешнл», способной эффективно реализовывать инициативы СП (акции, спец-

В ТЕКУЩЕМ ГОДУ ООО «ИНТЕСМО» ЗАПУСТИЛО СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПЛАСТИЧНЫХ СМАЗОК НА МОЩНОСТЯХ «ЛУКОЙЛ-ВОЛГОГРАДНЕФТЕПЕРЕРАБОТКА»



предложения) и укреплять имидж «ИНТЕСМО» как современной и высокотехнологичной компании.

«На сегодняшний день в России нет производителей, чья продукция могла бы конкурировать по качеству со смазками, которые будет производить «ИНТЕСМО», – полагает коммерческий директор СП Олег Мосин. – Благодаря современному импортному оборудованию, высокой квалификации специалистов

по программе импортозамещения с OEM на заводах в России и с дилерскими станциями технического обслуживания. Кроме того, специалисты СП подробно ознакомились с технологией производства пластичных смазок во время поездки в США на аналогичные предприятия. Одним из ключевых достижений прошедшего года генеральный директор совместного предприятия Олег Парамонов считает создание

сел железнодорожной тематики составил более 3300 т, объемы продаж – более 3800 т, в т.ч. около 600 т на экспорт. «До конца года стоит задача поднять объемы еще как минимум на треть и мы уверены в своих силах выполнить эту задачу», – говорит Олег Парамонов.

## ПЕРЕСТРОЕНИЕ НА МАРШЕ

Первый коммерческий опыт, помимо прочего, открыл возможности по более широкому охвату потребностей железнодорожных перевозчиков в смазочных материалах, нежели было заложено в планах при создании СП. Оперативно откорректировав планы, компания «ИНТЕСМО» расширила ассортимент продукции строящегося производства и инициировала выпуск новых позиций на имеющихся мощностях. В 2011 году, еще до запуска основного производства, будет начато изготовление еще трех наименований смазок, а общий объем выпуска продукции будет доведен до 1000 т в месяц.

На этапе формирования технического задания по поставке оборудования, кроме того, был расширен спектр фасовочного оборудования, что позволит обеспечить фасовкой не только основного потребителя – РЖД, но и порядка 25% ассортимента ориентировать для поставки через дилеров «ЛЛК-Интернешнл» в потребительской таре. Для удобства как В2В, так и В2С потребителей новое техническое задание предполагает использование всего спектра упаковки, существующего сегодня на мировом рынке: тубы пластиковые 200 грамм, евротубы 400 гр, жестяная и пластиковая тара 500 гр, 1000 гр, 5, 10 и 20 кг. Вся тара будет литографирована в соответствии со стилем «ЛУКОЙЛ» и ориентирована на конечного потребителя.

«Экономическим эффектом от деятельности совместного предприятия в этом году подтвердил правильность стратегии ОАО «ЛУКОЙЛ» по развитию бизнеса в сфере пластичных смазок. В перспективе, при наращивании ассортимента и объемов производства, данный тренд сохранится», – уверен глава «ИНТЕСМО» Олег Парамонов.

---

На сегодняшний день в России нет производителей, чья продукция могла бы конкурировать по качеству со смазками, которые будет производить «ИНТЕСМО»

---

и сырью только лучшего качества «ИНТЕСМО» станет бесспорным лидером, устанавливающим высочайшую планку в области производства и продаж смазок».

## СТРОИТЕЛЬСТВО В РАЗГАРЕ

В инвестиционную фазу проект ООО «ИНТЕСМО» перешел весной прошлого года (см. Масла@ЛУКОЙЛ №24) и в настоящее время совместное предприятие ведет активное строительство производственных мощностей. Определена и выкуплена промышленная площадка одной из установок ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка», в процессе тендерного отбора выбрана проектирующая организация, поставщик основного оборудования, строительно-монтажные организации, демонтировано старое оборудование и подготовлены к ремонту все здания и сооружения будущего завода. До конца года планируется закончить все тендерные процедуры, сконцентрировавшись на строительно-монтажных работах и приеме поставляемого оборудования.

Для всестороннего изучения зарубежного опыта в области разработок и производства современных смазок компания «ИНТЕСМО» в 2011 г. стала членом Европейского института пластичных смазок (European Lubricating Grease Institute) – влиятельной международной организации, объединяющей ведущих разработчиков, производителей и продавцов смазочных материалов. Это позволит предприятию в перспективе работать

команды единомышленников, высококлассных профессионалов, знающих свое дело людей, пользующихся уважением и авторитетом в кругу работников смазочной отрасли. «У нас сегодня работают люди, имеющие достаточный опыт в плане производства смазок. Сплоченный коллектив компании составляют теперь представители таких городов как Пермь, Тюмень, Ростов-на-Дону, Москва и Волгоград, – отмечает он. – Это залог успеха нашего предприятия в будущем».

## ПЕРВЫЕ КОММЕРЧЕСКИЕ УСПЕХИ

Помимо нового строительства в текущем году ООО «ИНТЕСМО» запустило собственное производство пластичных смазок на арендованных мощностях «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка», а также приступило к поставкам смазок производства других заводов. Это позволило сотрудникам получить необходимые профессиональные навыки, увеличить доходы предприятия, и, кроме того, потеснив конкурентов, выйти на 100%-е обеспечение ОАО «РЖД» редукторными смазками собственного производства. Усилия в данном направлении обеспечили «ИНТЕСМО» также выход на новых, в т.ч. зарубежных потребителей. Среди них – АО «НК «Казахстан темир жолы», ОАО «Металлинвест», отечественные тепловозостроительные предприятия.

По итогам девяти месяцев 2011 года объем выпуска смазок и ма-



## Хорошая «незамерзайка» – безопасная «незамерзайка»



ПРОДУКТ

С приходом холодов российские автовладельцы традиционно заменяют воду в бачках омывателей стекол на специальные, незамерзающие жидкости. В придорожных торговых точках можно без труда найти подобную продукцию от самых разнообразных производителей и по чрезвычайно низкой цене. Однако обеспечить безопасность для здоровья водителя и технического состояния автомобиля может далеко не каждая из них.

**С**вязано это прежде всего с тем, что дешевая «незамерзайка» изготавливается из контрафактного, а потому и недорогого, но крайне ядовитого метанола (метилового спирта). Всего несколько миллилитров метанола, попавших в организм человека, могут вызвать необратимые последствия, а 30 миллилитров этого вида спирта вызывают мгновенную смерть. Использование метилового спирта в стеклоомывающих жидкостях было законодательно запрещено еще в 2000 г., но, тем не менее, до сих пор находятся недобросовестные предприниматели, которые пренебрегают требованиями безопасности.

В отличие от дешевых стеклоомывающих жидкостей, подобных тем, что продаются вдоль трасс в баллонах по пять литров за 100 рублей, серьезные производители уже давно используют пусть и более дорогие, но зато безопасные для здоровья компоненты. Их продукция обладает сразу несколькими преимуществами, которые вполне оправдывают более высокую стоимость.

Прежде всего, это использование неагрессивных компонентов. Составляющие такой стеклоомывающей жидкости не вредят лакокрасочному покрытию автомобиля, не оставляют пленок и разводов на лобовом и заднем стекле, что достигается благодаря наличию ПАВов – поверхностно-активных веществ.

В дешевых жидкостях их часто не бывает вообще, с грязью борется исключительно все убивающий метанол. Компании, дорожащие репутацией, обычно создают свою рецептуру, позволяющую, например, дольше сохранить рабочие качества автомобильных стеклоочистителей.

Ну а главное преимущество «правильных» стеклоомывающих жидкостей состоит в том, что они содержат изопропиловый спирт, который не оказывает вредного влияния на здоровье человека. Правда, изопропил обладает неприятным резким «ацетонным» запахом, но именно этот фактор может говорить о том, что вы купили не подделку – изопропил как раз и является сырьем для производства ацетона. Для того, чтобы нейтрализовать неприятный «аромат», используются специальные отдушки, например, придающие запах персика или яблока. В компании «ЛУКОЙЛ» после длительных исследований пристрастий потребителей стали использовать отдушку, благоухающую арбузом.

Кроме того, смешение изопропилового спирта с водой до необходимой пропорции на заводах «ЛУКОЙЛ» производится при температуре +80 градусов по Цельсию. В результате наиболее зловонные вещества – альдегиды и кетоны в большинстве своем испаряются. Одновременно в незамерзающую жидкость вводится моноэтиленгликоль, который понижает температуру застывания и улучшает разбрызгивание на морозе.



Жидкость от «ЛУКОЙЛ» может похвастаться не только ароматным содержимым, гарантированно очищающим стекло при температуре воздуха, указанной на упаковке, но и практичной формой – особой канистрой, обеспечивающей удобство пользования и защиту от подделок. Она обладает специальной крышкой, взглянув на которую, можно сразу понять, вскрывалась емкость или нет. Форма и материал канистры в свою очередь гарантируют то, что она не треснет в багажнике, как это легко может произойти с ненадежной тарой дешевых «незамерзаек». А под крышкой канистры скрывается специальный носик-лейка, с помощью которого легко заливать жидкость прямо в бачок омывателя, а не на двигатель или одежду.

Выбор «правильной», безвредной зимней стеклоомывающей жидкости весьма важен, поскольку здесь речь идет не просто о комфорте. Чистое стекло автомобиля – залог безопасности на дороге. И это главный аргумент в пользу ответственного подхода к выбору «незамерзайки».



**«ЛУКОЙЛ»  
И «ГРУППА ГАЗ»  
РАЗВИВАЮТ  
СОТРУДНИЧЕСТВО**

13 октября 2011 года в Нижнем Новгороде Президент ОАО «ЛУКОЙЛ» Вагит Алекперов и Президент «Группы ГАЗ» Бу Андерссон подписали соглашение о сотрудничестве. В соответствии с документом «Группа ГАЗ» будет закупать горюче-смазочные материалы (ГСМ) и продукты нефтехимии, производимые предприятиями



«ЛУКОЙЛа», по формулам цены, основанным на рыночных маркерах. Продукция «ЛУКОЙЛ» будет использоваться «Группой ГАЗ» при первой заливке автомобилей на конвейере, а также будет рекомендоваться к применению на технике «Группы ГАЗ» при послепродажном обслуживании автомобилей. Для обеспечения перспективных потребностей своих предприятий «Группа ГАЗ» будет информировать организации «ЛУКОЙЛ» о необходимости разработки новых видов масел и продукции автохимии.

«ЛУКОЙЛ», со своей стороны, обеспечит поставки качественных ГСМ и продуктов нефтехимии, в том числе моторных и трансмиссионных масел для первой заправки автомобилей и обеспечения работы технологического оборудования «Группы ГАЗ». Компания будет также проводить научно-исследовательские и опытно-

конструкторские работы по созданию и производству перспективных смазочных материалов, соответствующих международным стандартам и потребностям «Группы ГАЗ».

**В ТЮМЕНСКОМ И  
УФИМСКОМ НЕФТЕГАЗОВЫХ  
УНИВЕРСИТЕТАХ ПРОШЛИ  
ДНИ «ЛЛК-ИНТЕРНЕТНЛ»**

В Тюменском государственном нефтегазовом университете встреча руководства и сотрудников ООО «ЛЛК-Интернешнл» с профессорско-преподавательским составом и студентами прошла 25 октября 2011 года, а в Уфимском государственном нефтяном университете – 25 ноября. С мультимедийной презентацией «Масла «ЛУКОЙЛ»: вчера, сегодня, завтра» перед собравшимися выступил генеральный директор «ЛЛК-Интернешнл» Максим Дондэ, доклады сделали также начальник управления научно-технического развития Андрей Стерхов, начальник управления по персоналу и общим вопросам Ольга Прошутинская и заместитель начальника управления научно-технического развития Андрей Ясновский. Своим взглядом на перспективы для новых сотрудников в Компании и впечатлениями о своей работе поделились молодые специалисты «ЛЛК-Интернешнл».

В ходе мероприятий с каждым из двух вузов были подписаны соглашения о сотрудничестве, а по окончании официальной церемонии общение продолжилось в неформальной обстановке. Наиболее интересными темами обсуждения стали возможности трудоустройства молодежи на предприятия «ЛЛК-Интернешнл», кадровый рост молодых сотрудников, а также багаж знаний, необходимый для того, чтобы стать специалистом современного сложного высокотехнологического и наукоемкого производства.

**МАСЛА «ЛУКОЙЛ» ПОЛУЧИЛИ  
НОВЫЕ ОДОБРЕНИЯ**

Моторное масло ЛУКОЙЛ ЛЮКС Синтетическое 5W-40 одобрено австрийской компанией AUSTRO ENGINE и рекомендовано для применения в выпускаемых ей авиационных двигателях. AUSTRO ENGINE с 2007 года занимается разработкой и выпуском роторных двигателей Ванкеля и поршневых авиационных двигателей для авиации общего назначения и беспилотных летательных аппаратов.

Гидравлические масла ЛУКОЙЛ ГЕЙЗЕР СТ и ЛУКОЙЛ ГЕЙЗЕР ЛТ классов вязкости ISO 22-100 получили одобрения австрийского концерна PALFINGER. Данные масла рекомендуются к применению на автомобильных кранах-манипуляторах, гидроманипуляторах, навесном оборудовании, железнодорожных кранах-манипуляторах, железнодорожных подъемных площадках, установках для инспекции мостов, грузоподъемных бортах и гидравлических крюковых погрузчиках. PALFINGER является крупнейшим в мире производителем кранов-манипуляторов, занимая около 30% рынка такого рода продукции.

Моторные масла ЛУКОЙЛ АВАНГАРД ЭКСТРА и ЛУКОЙЛ АВАНГАРД УЛЬТРА SAE 10W-40, 15W-40 получили одобрения Тутаевского моторного завода (ТМЗ). Двигатели ТМЗ устанавливаются на автомобили МАЗ, самосвалы и погрузчики БелАЗ, сельскохозяйственные колесные тракторы производства Петербургского тракторного завода, кормоуборочные комплексы производства «Гомсельмаш», тракторы и трубоукладчики, производимые предприятием «Промтрактор». Кроме того, моторы ТМЗ стоят на автомобилях «КАМАЗ-Мастер».





Реклама

В 2011 году Форд выводит на российский рынок Новый Ford Cargo, предлагая расширенную гамму двигателей, мощностью от 260 - 380 л.с. Мы представляем широкую линейку профессиональной техники, модернизированной с учётом опыта эксплуатации на территории всей России. Наши автомобили могут быть оборудованы любыми типами надстроек для выполнения любых задач.

## Новый Ford Cargo. Новые возможности. Новые перспективы.

**TEVOIL**

member of  
LUKOIL Group



Ford Trucks  
рекомендует масло  
TEVOIL

### Москва

РусБизнесАвто Форд  
тел.: (495) 223-06-97  
[www.rba-trucks.ru](http://www.rba-trucks.ru)

Сэйф Тракс  
тел.: (495) 659-14-18  
[www.safetrucks.ru](http://www.safetrucks.ru)

ПБС Тракс  
тел.: (495) 663-32-82  
(495) 730-89-25  
[www.pbs-ford.ru](http://www.pbs-ford.ru)

### Санкт-Петербург

Аларм Трак  
тел.: (812) 777-2-777  
[www.alarptrucks.ru](http://www.alarptrucks.ru)

Форд Тракс Центр - Нева  
тел.: (812) 331-29-21  
[www.fordneva.ru](http://www.fordneva.ru)

### Нижний Новгород

АТП-3  
тел.: (831) 466-80-80

### Краснодар

ЮПК Авто  
тел.: (861) 234-10-90

### Екатеринбург

Автоспецмаш  
тел.: (343) 217-17-00  
[www.ford.avtospec.ru](http://www.ford.avtospec.ru)

### Воронеж

ИП Суховерхов Н.В.  
тел.: (4732) 30-61-93  
8 (910) 344-53-45

### Набережные Челны

ИП Багаутдинов  
тел.: (8552) 39-01-16

### Челябинск

РусБизнесАвто  
тел.: (351) 259-90-88  
[www.rba-trucks.ru](http://www.rba-trucks.ru)

### Пермь

ТрансКамСервис  
тел.: (342) 219-06-44  
(342) 219-06-45  
[www.tks-perm.ru](http://www.tks-perm.ru)

### Пятигорск

АвтоТрейд-Кавказ  
тел.: (8793) 31-84-17  
[www.avto.km-systems.ru](http://www.avto.km-systems.ru)

# МОТОРНЫЕ МАСЛА ЛУКОЙЛ АВАНГАРД

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР  
ДИЗЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ



**ЛУКОЙЛ**

**МОТОРНЫЕ МАСЛА**