

Нефть россии

Январь
2011
№ 1

АНАЛИТИЧЕСКИЙ
ЖУРНАЛ

Сергей Шматко: вектор
развития определён

Кому после кризиса
жить хорошо?

Газовые амбиции
нефтяных компаний

Нефтяные цены
не вернутся в прошлое

«Газпром» растит себе
поставщиков

Рынок масел
выздоровливает

Попутный газ как
чемодан без ручки

«ЛУКОЙЛ» идёт
северным путём

15



ПЯТНАДЦАТЬ
ЛЕТ
ТОО «КАРАКУДУКМУНАЙ»

KaraKudukMunay

Маслом бизнес не испортишь

Ведущие российские ВИНК готовы вкладывать средства в увеличение производства смазочных материалов и расширение их ассортимента

Николай МАРКОВ

9–12 ноября 2010 г. состоялась «Московская международная неделя смазочных материалов», организованная компанией RPI при поддержке ООО «ДЛК Интернешнл» и немецкой компании RohMax Additives GmbH. В рамках форума прошла целая серия мероприятий – VI Международная конференция «Производство и рынок смазочных материалов – 2010», I Международная конференция «Пластичные смазки – 2010», специализированная выставка «Сервис и оборудование для рынка смазочных материалов – 2010», – в которых приняли участие 410 представителей крупнейших отечественных и зарубежных производителей смазочных масел и присадок, ведущие мировые и российские транспортные и промышленные предприятия, а также другие крупные потребители смазочных материалов из 21 страны мира.



фото агентства «Куб»

НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИКА

Внимание участников форума было сфокусировано на оценке состояния глобального и отечественного рынков лубрикантов, а также на развитии дилерских сетей в нашей стране. Рецессия, сократившая спрос на многие виды промышленной продукции, подействовала и на сектор смазочных материалов. По мнению экспертов, степень воздействия на этот сегмент во многом определялась ориентацией национальных экономик. Кризис, начавшийся в Соединённых Штатах и приобретший глобальный характер, повлиял на все регионы мира. Причём мощь этого воздействия сильно варьировалась в зависимости от специфики того или иного государства. Но главный экономический эффект на объёмы продаж смазочных материалов оказалась синхронность кризиса – одновременное падение производства в целом ряде отраслей мировой экономики – автомобилестроении, горной и тяжёлой промышленности, металлообработке и многих других. Это привело к существенному снижению спроса на промышленные и коммерческие перевозки и, как следствие, на смазочные материалы. В 2009 г. их потребление уменьшилось на 13% по сравнению с предыдущим годом и составило 32,8 млн т.

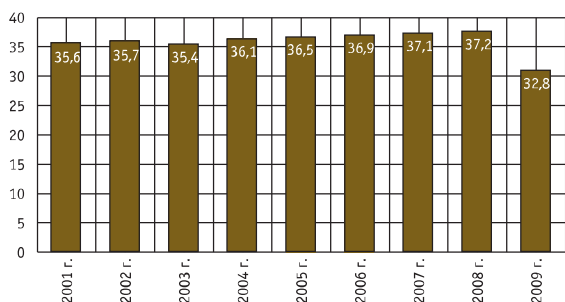
Спрос упал практически на все категории продуктов, но сегменты металлообрабатывающих жидкостей, промышленных и автомобильных масел пострадали в наибольшей степени. Осо-

бенно негативно кризис сказался на узкоспециализированных производителях, тогда как диверсифицированные компании оказались в лучшем положении. Более длительные интервалы между заменами в случае использования синтетических и полусинтетических масел также оказывают влияние на объёмы продаваемых в мире смазочных материалов. Согласно прогнозам экспертов, к 2017 г. доля этих продуктов на рынке значительно возрастет.

В 2010 г. по мере восстановления экономики рос и рынок лубрикантов. Однако эксперты предсказывают, что лишь в 2014 г. спрос в РФ вернётся на докризисный уровень. Продажи автомобилей в мире в январе – сентябре 2010 г. увеличивались: в России – на 18,4%, США – на 10,3%, Японии – на 19,6%, Китае – на 38,5%, Индии – на 31,9%.

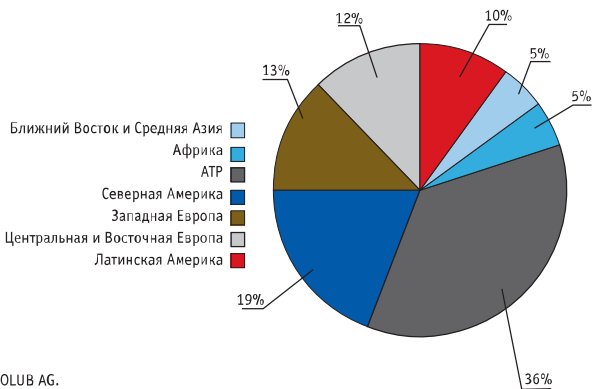
Совокупный спрос на смазочные материалы, а также их удельное потребление на душу населения весьма различаются в разных регионах мира. Наиболее мощным и интенсивно развивающимся рынком является АТР. Северная Америка и Западная Европа могут считаться зрелыми рынками, где акцент делается на высококачественные масла и смазки специального назначения. В секторе Центральной и Восточной Европы, на долю которого приходится 13% от общемирового потребления смазочных материалов, доминирует Россия.

Рис.1. Мировые потребности в смазочных материалах, млн т



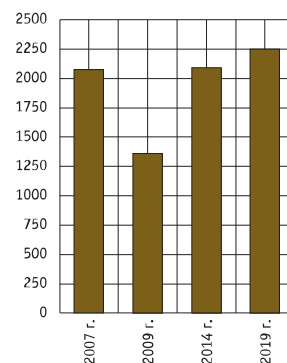
Источник: FUCHS PETROLUB AG.

Рис.2. Динамика мирового потребления смазочных материалов



Источник: FUCHS PETROLUB AG.

Рис.3. Динамика потребления смазочных материалов в России, тыс. т



Источник: Kline Group.

структурских решений, тогда как экономический кризис привёл к снижению продаж, большим скидкам на продаваемые машины, перепроизводству, а также масштабным увольнениям в автомобилестроении.

Появились и активно продвигаются новые источники энергии для техники: биотопливо, электричество, водород. А использование того же биодизеля и биоэтанола в существенной степени определяет выбор лубрикантов и, соответственно, срок эксплуатации двигателей. В будущем ожидается ещё большее разнообразие в видах горючего и, следовательно, типах двигателей и трансмиссий, что потребует создания новых смазочных материалов.

В ходе конференции менеджер по маркетингу автомобильных масел Chevron Oronite Патрис Эстуэг рассказал о новой категории моторного масла для легковых автомобилей стандарта LSAC GF-5, введённого 1 октября 2010 г. Технолог британской компании Infinem Терри Гарнер осветил тенденции в сфере конструирования газовых двигателей, популярность которых растёт год от года, а также сообщил о разработках новых масел, подходящих к этому типу моторов. Профессор Томас Норрби, директор по исследованиям и разработкам Statoil Lubricants (Швеция), поделился с участниками конференции результатами своих исследований в области биологических смазочных материалов.

КУРС НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА

До кризиса РФ занимала третье (после США и Китая) место в мире по объёму продаж смазочных материалов. Но год назад российский рынок пережил крупнейшее падение за последнее десятилетие: потребление данной продукции в 2009 г. сократилось на 28%, до 1,33 млн т (и это после падения в 2008 г. на 14% по сравнению с 2007 г.). Кризис в наибольшей степени затронул сегмент промышленных смазочных материалов, в то время как сектор автомобильных масел пострадал меньше.

Продажи крупных международных компаний, таких как Exxon Mobil, Shell, BP, Chevron и Total, существенно сократились. Девальвация рубля привела к снижению конкурентоспособности импорта, реализация зарубежных смазочных масел сократилась на 40–50%. Для импортёров основными партнёрами по каналам сбыта являются дилеры ввозимых иномарок. Однако из-за падения спроса на автомобили они не смогли поддерживать продажи и столкнулись с проблемой ликвидности, что также подорвало позиции поставщиков масел.

По мнению вице-президента по Центральной и Восточной Европе FUCHS PETROLUB AG Кристиана Олигмахера, на тенденции развития мирового рынка смазочных материалов оказывает влияние целый ряд факторов. «При сравнении потребления смазочных материалов с изменением валового внутреннего продукта мы отчётливо наблюдаем, что существует множество факторов, определяющих развитие рынка, нежели только одно экономическое развитие той или иной страны. Экологическое и законодательное регулирование играют с каждым годом всё возрастающую роль. Соблюдения требований EN&S (Environment, Health and Safety) является сегодня необходимым условием устойчивого развития любого производителя смазочных материалов. В Европе в результате деятельности REACH (Европейского химического агентства) уже введены ограничения на использование определённых смазочных материалов», – рассказывает эксперт. При прогнозировании развития рынка следует также учитывать демографический фактор, в частности рост населения в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Ещё одним определяющим фактором для современного рынка смазочных материалов являются изменения в автомобилестроении, происходящие в глобальном масштабе. В ходе форума о влиянии требований по выбросам CO₂ на производителей автомобилей говорил представитель Evonik RohMax Additives GmbH Кристоф Винчерц. Сегодня автомобильные концерны находятся под двойным прессом. С одной стороны, на государственном уровне вводятся всё новые нормативы по ограничению выбросов. С другой – потребители также предъявляют высокие требования к производимым автомобилям: топливная экономичность независимо от размера машины; повышение комфорта и надёжности; разнообразный модельный ряд. Поэтому автогигантам необходимы огромные инвестиционные вливания в технологическое развитие и создание новых кон-