



АВТОИНДУСТРИЯ

№11(161) 2017

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

УЛЬТРАСОВРЕМЕННАЯ ЗАЩИТА АВТОМОБИЛЯ
МОТОРНЫЕ И ТРАНСМИССИОННЫЕ МАСЛА **YOKKI**



 **YOKKI**

Официальный дистрибьютор масел YOKKI на территории РФ

WWW.YOKKIOIL.RU WWW.FAVORITOIL.RU



ФАВОРИТОИЛ
ТРЕЙД



Зимний комфорт и безопасность

Шипуемые и фрикционные шины Triangle хорошо подходят для российских зимних дорог.

 **TRIANGLE**[®]
Moving you always

www.triangle.com.cn

www.triangle-shina.ru

VITEX[®]
25 лет

VITEX ULTIMATE - МАСЛО ЧЕМПИОНОВ

Vitex Ultimate 0W40

Полностью синтетическое моторное масло
Спецификации: API SN/CF, ACEA A3/B4-12
Допуски: BMW Longlife-01

www.vitex.mobi



ОЛЕГ ТАКТАРОВ
Чемпион ULTIMATE
FIGHTING CHAMPIONSHIP (UFC)

Tokyo Motor Show 2017

современные

Токийский автосалон — одно из самых авторитетных мероприятий в автомобильном мире, потому что и сама Япония одна из самых авторитетных автомобильных стран. На 45-м Tokyo Motor Show 2017 года было место и для автомобилей других стран, но, несомненно, шоу представляло собой преимущественно автомобильный бенефис Японии. Что касается тенденций представленных на шоу автомобилей, то они не были оригинальны для нашего времени: электричество — экологичность — электронное управление.

Mitsubishi E-Evolution

Mitsubishi E-Evolution

Ожидаемая премьера Токийского автосалона — концепт Mitsubishi E-Evolution, кроссовер будущего. Конечно, это электромобиль, и к тому же обладающий искусственным интеллектом, да еще и подключенным к облачным сервисам. В автомобиле три электродвигателя — один движет передние колеса, а два других — задние. В отличие от многих других электро-интеллектуальных концептов, Mitsubishi E-Evolution станет основой для серийных машин. Но пока инженеры не стали рассказывать подробностей о его технических параметрах.



2017

уроки японского

153

компаний-участницы



Suzuki e-Survivor

Suzuki e-Survivor

Это электрический рамный полноприводной концепт в формате багги. Автомобили багги, для перемещения по легкому бездорожью, были популярны до появления квадроциклов, которым уступили рынок, хотя багги превосходят их по безопасности и мощности, поэтому до сих пор используются военными. Если Suzuki удастся возродить багги это можно будет только приветствовать. Габариты электромобиля — 3460X1645X1655, колёсная база — 2300 мм, оснащён четырьмя электродвигателями, которые вмонтированы прямо в колеса.



Tokyo Motor Show 2017

Toyota Century

Toyota Century

Автомобиль Toyota Century для Японии имеет то же значение, что и Rolls-Royce для Великобритании — огромный четырехколесный символ успеха и богатства выполненный в классическом дизайне. Особенность представленного на токийском автосалоне третьего поколения Toyota Century в том, что на нем установлен гибридный двигатель V8 5.0, который, как говорят инженеры, адекватно заменяет 12-цилиндровый ДВС. Но традиционный дизайн салона в ближайшие 20 лет менять все равно не будут, хотя в автомобиле продуманы возможности установки всей необходимой самой современной электроники.



23 премьеры концептов



Honda Sports EV

Honda Sports EV

Среди прочих автомобилей Honda дебютировал концепт Sports EV. Это модный сегодня электромобиль, но заметно, что он создавался внешне похожим на спортивные автомобили 70-х. Известно, что автомобиль оснащен батареей емкостью 20 кВт*ч и электромотором 75 кВт. Запас хода Honda Sports EV

240 км. Технические показатели не впечатляющие, но это все же концепт. И к тому же главным будет, видимо, не «резвость» машины, а возможности ее подстройки под индивидуальность водителя. Машина создавалась в рамках концепции «соединения человека и машины, ощущения одного тела».



Tokyo Motor Show 2017

771 200

посетителей



VW I.D. Buzz

Volkswagen I.D. Buzz

Volkswagen продолжает фантазировать на тему культового Microbus из 60-х. В Токио был представлен Volkswagen I.D. Buzz, с абсолютно узнаваемым дизайном, но построенный на современной платформе Modular Electric

Drive Kit (MEB). Минивэн оснащен электродвигателями суммарной мощностью 374 л.с. Заряда аккумуляторов хватает на 600 км пути. VW обещает вывести обновленный «хиппимобиль» на рынок в 2025 году.



DENSO

IRIDIUM



TWIN TIP



NICKEL

Линейка свечей DENSO Twin Tip – это запатентованная технология «суперзажигания» (SIP), повышенная топливная эффективность, надежный запуск в любых погодных условиях, низкий уровень выбросов углекислого газа и углеводородов, лучшее ускорение и уровень качества, превосходящий оригинальные запчасти.



Тел.: +7 (495) 788 82 81

www.bilight.biz

Driven by
Quality

Международные новости

100 тыс.

электромобилей
намерена продать
BMW до конца года

Батареи и моторы — только свои

BMW стал первым автопроизводителем премиум-класса, открывшим завод по производству аккумуляторных батарей в Китае. Предприятие поставляет аккумуляторы на совместный автозавод BMW-Brilliance, выпускающий гибридную версию BMW 5 серии для локального рынка. Согласно стратегии развития BMW, собственное производство батарей и электромоторов считается важнейшим фактором успеха.

Мир умных и женщин

ВТО выпустила глобальный отчет по влиянию торговли на технологии и рабочие места. Среди наиболее важных трендов является изменение структуры рынка труда. За последние 40 лет доли высокооплачиваемых промышленных рабочих в развитых странах сократилась примерно на 10%, а спрос на квалифицированный умственный и ручной труд увеличился почти на 11%. Доля женщин среди персонала предприятий за тот же период выросла с 6% до 30%.

5,9 млн

квалифицированных
рабочих не хватило
США в 2016 г.

Цитата



Клаус Цеендер

член правления подразделения легковых автомобилей Mercedes-Benz
«Мы будем выпускать наши наиболее популярные модели для российского рынка на новом заводе «Московия» на полностью гибкой основе. Для этого нам нужны надежные российские партнеры, которые смогут предложить нам высочайшее качество и инновационные решения. Таким образом, мы следуем нашей основной стратегии по локализации, закупая материалы на месте производства».

\$13,9 и \$22,8 млрд —
оборот сегментов диагностики и
тормозов в 2016 г.

Диагностика догонит тормоза

Продажи устройств автомобильной диагностики в 2021 г. сравняются с продажами тормозов (\$30,22 против \$31,94 млрд), согласно прогнозу Markets&Markets. Первый сегмент будет прирастать на впечатляющие 16,79% ежегодно, второй — только на 6,94%. В число быстрорастущих также входит сегмент системы беспроводного подключения автомобилей: 16,30% ежегодно, до \$57,15 млрд. Антифризы куда менее перспективны: 5,18% ежегодного роста и незначительные \$885 млн мирового оборота в 2021 г.

4% металлопроката Kobe в 2016 г.
содержали отклонения от стандарта

Хорош и с дефектами

Металлургическая корпорация Kobe Steel призналась, что в прошлом году систематически поставляла автопроизводителям прокат алюминия с дефектами. В заявлении компании говорится, что топ-менеджмент был осведомлен об этом, но не инициировал поставки бракованной продукции. Toyota, Nissan и Honda подтвердили использование металла из указанных партий для изготовления кузовов, однако поскольку он прошёл входную проверку качества, то на свойства автомобилей дефекты не влияют.

Российские новости

100 компаний

собрал Форум поставщиков Daimler Как попасть в поставщики Mercedes

Daimler активно набирает поставщиков для строящегося завода «Московия», выпуск автомобилей на котором начнётся в 2019 г. Первым крупным шагом автопроизводителя в данном направлении стала организация Форума поставщиков в Москве. Местным компаниям даётся возможность обслуживать не только данное сборочное предприятие, но и мировую сеть поставок концерна Daimler. С 2013 г. Mercedes является самым популярным премиум-брендом в России с наибольшим числом регистраций новых автомобилей.

53 млн евро составил экспорт
компонентов компании за 3 квартала

Renault поставила рекорд экспорта

По сравнению с тем же периодом 2016 г. экспорт Renault из России вырос на 119%. Хотя основное направление внешних поставок компании — страны Евразии (56%), единственным крупнейшим экспортным проектом стали поставки готовых кузовов на сборочное предприятие в Алжире. До конца этого года 18 тысяч кузовов должны уйти из Тольятти в Африку.

Среди других компонентов, экспорт которых наладила Renault — пластиковые детали, элементы тормозной системы и шасси, светотехника.

7% составит кэшбек за автосервисные услуги

«Тинькофф» вернёт деньги за ремонт

Заказывая услуги ремонта и техобслуживания через онлайн-платформу Remontista.ru и оплачивая их картой банка «Тинькофф», автовладельцы теперь будут получать кэшбек 7%. Платформа Remontista служит для предварительного бронирования, оплаты и получения дисконтов на услуги автосервисов. В настоящее время с ней работают около 600 СТО в Москве, Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде.

100 машинокомплектов будет
поставлено до конца года

КАМАЗ будет собирать в Узбекистане

КАМАЗ и «Узавтосаноат» заключили соглашение о производстве грузовиков российской марки в Узбекистане — сначала на мощностях UzAutoTrailer, затем на совместном предприятии, которое ещё предстоит построить. Первые собранные автомобили выйдут на рынок в 2018 г. В кратчайшие сроки должно быть также создано предприятие-дистрибьютор и налажены поставки комплектующих и специальных кузовов.

Цитата



Денис Буцаев

заместитель председателя правительства Московской области, министр инвестиций и инноваций

«Мы высоко ценим ориентированность концерна Daimler AG на создание уникальной промышленной экосистемы вокруг завода в Есипово, в том числе развитие сети локальных поставщиков, обучение и трудоустройство жителей региона. Подмосковные компании готовы стать контрагентами одного из мировых лидеров автомобилестроения, в то же время инвестиционная инфраструктура региона полностью открыта для локализации новых производств».

25% продаж машин начинаются
с онлайн-резервирования

Год онлайн в Favorit Motors

Сеть автосалонов Favorit Motors подвела итоги первого года, прошедшего с момента открытия онлайн-магазина. В настоящее время каждый четвёртый автомобиль, проданный данным дилером, сначала резервируется покупателем через сайт. Покупка авто через интернет выгодна автовладельцам благодаря системе бонусных баллов, которые можно потратить на сервис и аксессуары.

AMR2018

AUTO
MAINTENANCE & REPAIR
www.amr-china.cn

Пекинская международная выставка по оборудованию для диагностирования и тестирования, ремонта и технического обслуживания автомобилей

AUTO MAINTENANCE & REPAIR EXPO

Апрель 1-4, 2018

Пекин, Китайский Международный Выставочный Центр (новый павильон)



www.auto-maintenance.com.cn

Организаторы: GAMEIA, CAMRTA, TRADERS-LINK

Контактное лицо: Sophia WANG, Vicky ZHANG

Адрес электронной почты:

sophiawang@traderslink.com.cn

vickyzhang@traderslink.com.cn

4-7 тысяч евро за каждую батарею для гибрида

Европейские OEM платят Китаю

В сентябре появились детали проекта по снижению норм выбросов в ЕС, который будет проводиться в десятилетие с 2021 по 2030 гг. Выхлоп автомобилей сократится ещё на треть по сравнению с «Евро-6». Такие жёсткие рамки вынуждают автопроизводителей ускоренно осваивать выпуск электромобилей. Главная сложность в этом проекте — зависимость местных OEM от китайских поставщиков батарей, поэтому Брюссель намерен выделить 200 млн евро в грантах, чтобы помочь в локализации их производства.



Марош Шефчович,
вице-президент Энергетического
союза ЕС

«Батареи представляют собой ключевую технологию в контексте Энергетического союза. Их развитие и производство играют стратегическую роль в продолжающемся переходе к чистой мобильности и чистым энергетическим системам. Их потенциал не должен оставаться неиспользованным в ЕС, и все мы должны двигаться в этом направлении. Однозначно речь идет о том, чтобы, таким образом,

сделать европейскую промышленность более сильной и конкурентоспособной, создать рабочие места на базе передовых технологий и бороться с изменением климата».



**Мигель Ариас
Каньете,** комиссар ЕС
по вопросам климата
и энергетики
«Помимо установ-
ления общей цели
сокращения выбро-
сов для автомобилей
и микроавтобусов,

мы впервые рассматриваем всё разнообразие стимулов для ускорения проникновения на рынок чистых транспортных средств. Электрификация транспорта имеет решающее значение для декарбонизации транспортного сектора. План развития альтернативных видов топлива будет принят с пакетом и включает элементы общедоступных зарядных пунктов, в частности, отметим — путем предоставления новой значительной финансовой поддержки для ускорения развертывания инфраструктуры».

Оливер Зипсе, член правления BMW по произ-
водству

«К 2025 году мы ожидаем, что электрифицированные модели BMW и Mini составят от 15% до 25% мировых продаж. Это составляет до нескольких сотен тысяч автомобилей в год. Поэтому для нас логично интегрировать электромобили в существующую производственную систему».

Роберто Вавассори, президент Ассоциации
поставщиков автокомпонентов CLEPA

«Мы должны предусмотреть разумный переходный период, чтобы не дать нежеланных подарков нашим китайским друзьям. Нам нужно производство батарей в Европе для будущих транспортных средств, или мы подвергнем всю Европу риску».

Эрик Джоннарт, генеральный секретарь
Европейской ассоциации автомобильных произво-
дителей в Брюсселе

«Прогноз не очень хороший, многие компании отстают от графика в движении к цели 2021 года. Нам нужно обрести уверенность, что эти новые предложения будут когерентными, когда их представят».

Герберт Диес, исполнительный директор VW

«На начальном этапе я все еще чувствую себя в надёжных руках с корейскими поставщиками, но я был бы рад, если бы конкуренция росла и появился европейский консорциум».

Дитер Цетше, председатель правления Daimler

«Принуждение к тому, чтобы иметь определенную долю конкретных технологий, не приведёт нас к наилучшему решению».



Российский рынок моторных масел: устойчивые тенденции и рост потребления

Текст: Евгений Новожилов

Рынок автомобильных масел стабилен и устойчив к любым изменениям, за время кризиса он несильно изменился. В будущем ожидается рост производства и продаж в связи с восстановлением российского авторынка.

Российский рынок моторных масел растет, так как постепенно восстанавливается авторынок. Бренды российских производителей масел преобладают на рынке, этому способствует экономическая ситуация и поддержка политики импортозамещения. Постепенно увеличивается потребление синтетических моторных масел, при этом объемы потребления полусинтетических масел остаются большими. Перспективы развития рынка масел положительные почти при любом развитии ситуации экономики.

Объем потребления смазочных материалов на российском рынке составляет около 1700 тыс тонн. При этом объем потребления моторных масел порядка 550 тыс тонн.

В 2015 году заметно сократился объем потребления масел легковыми автомобилями, в том числе из-за снижения покупательской способности населения. Сокращение потребления в сегменте легковых автомобилей привело к тому, что «просел» объем потребления масел в целом.

В 2016 году рынок вернулся к росту, вероятно, на фоне относительной экономической стабили-

зации и положительных прогнозов развития авторынка. И хотя показатели потребления масел больше, чем в 2015 году, но показатели 2014 года пока не достигнуты.

В целом моторных масел для всех видов транспорта больше всего потребляет Центральный федеральный округ. При этом больше всего моторного масла для легковых автомобилей потребляют в Москве, более 20 000 тонн, это сравнимо с показателями некоторых регионов.

В 2016 году максимальное потребление моторного масла было зафиксировано в Центральном, Приволжском и

Сибирском федеральных округах. В Северо-Кавказском, Южном и Приволжском федеральных округах доля потребления полусинтетических масел больше, чем синтетических, в остальных округах обратное соотношение.

Около четверти объема потребления масел LCV приходится на Центральный Федеральный округ и Москву — крупнейший потребитель. На нее приходится 5 500 тонн объема потребления, а всего по стране около 70 тыс. тонн.

Крупнейший потребитель масел в сегменте тяжелых и среднетоннажных грузовиков Краснодарский край, на него приходится порядка

8 800 тонн, но среди округов наибольший объем потребления масел в Центральном, Приволжском и Сибирском — на них приходится до 60% от общего объема потребления.

Наибольшие объемы потребления моторного масла автобусами фиксируются в Москве и Московской области, где больше пассажирооборот и интенсивность перевозок.

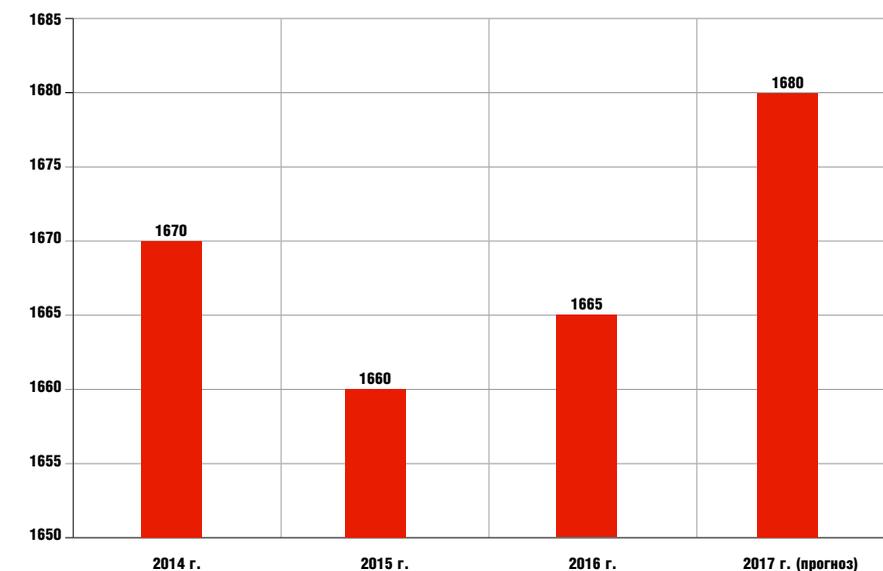
Если сравнивать федеральные округа, то первое место по объемам потребления масел автобусами занимает Центральный федеральный округ, на него приходится примерно 20% потребления в стране.

Бренды масел

На российском рынке моторных масел лидирует бренд Lukoil, его доля порядка 20% в сегменте легковых автомобилей и около 18% в сегменте коммерческого автотранспорта. Газпромнефть занимает порядка 15% в сегменте коммерческих автомобилей. Shell — около 13% в сегменте моторных масел для легковых автомобилей.

Крупные доли на рынке моторных масел для легковых автомобилей занимает продукция брендов Mobil, Роснефть, ZIC, Total, Castrol.

Динамика рынка смазочных материалов, тыс. тн



На рынке моторных масел коммерческого автотранспорта преобладают Lukoil, Газпром, Роснефть, Shell, Mobil, Башнефть.

На рынке моторных масел большую долю занимает продукция отечественных производителей. Этому способствует снижение курса рубля к основным валютам, снижение покупательской способности населения, что застав-

ляет потребителей переходить на отечественную продукцию. Курс на импортозамещение на рынке моторных масел тоже поддерживает рост доли отечественных производителей.

Рост доли отечественных производителей многие эксперты воспринимают как движение к монополизации рынка. Но пока российские производители не могут

выпускать все типы масел, поэтому на рынке действует много брендов, в разных ценовых сегментах, и нельзя сказать, что какой-то бренд безусловно доминирует. К тому же ценовая разница между импортом и отечественной продукцией постепенно сокращается.

В 2015 году импортное масло подорожало в среднем на 100 рублей, в то время как масло отечественное выросло в цене примерно на 10 рублей. В основном из-за такой разницы в ценах отечественные производители и получили преимущество. Но в 2016 году, когда стали заметны признаки стабилизации в экономике, цены на отечественную продукцию существенно выросли, а цены на масла зарубежных брендов начали снижаться. Разница в цене продолжает сокращаться и с выходом экономики из кризиса может сойти на нет. К тому же авторынок продолжает меняться в сторону преобладания современных иномарок, то есть в перспективе масла зарубежных брендов по-прежнему будут пользоваться спросом.

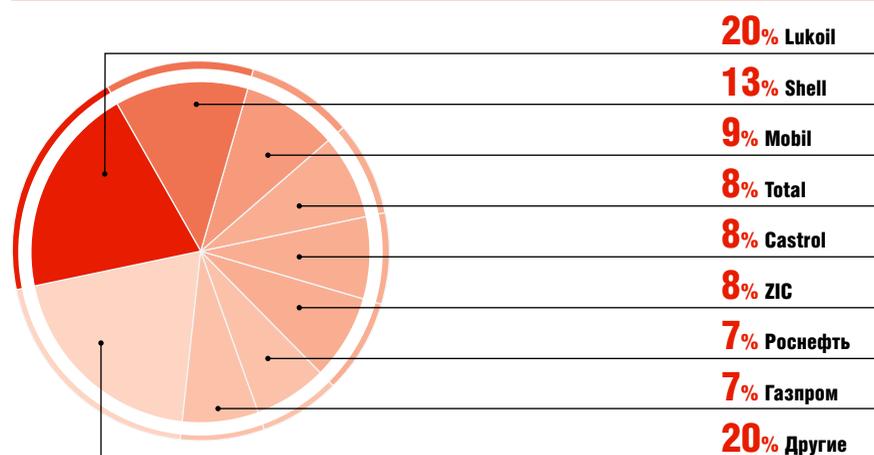
Машины и масло

Больше всего российский автотранспорт потребляет синтетических масел, но потребление полусинтетических масел немногим уступает.

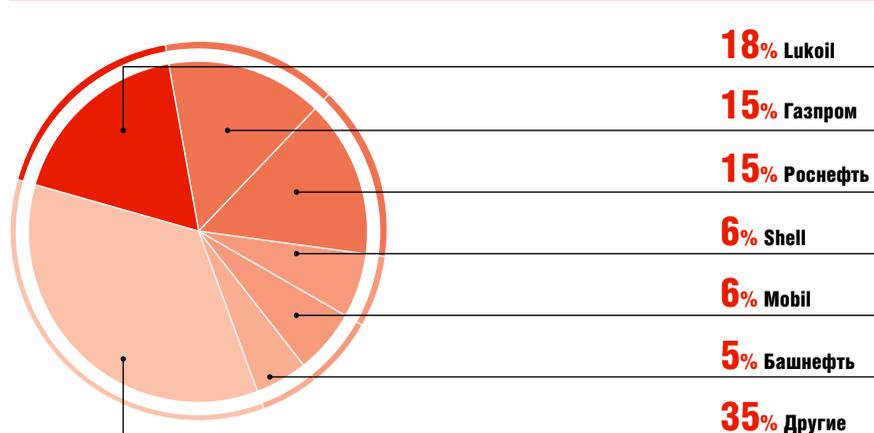
Относительно небольшое преобладание синтетических масел связано с большим автопарком легковых автомобилей, в котором постоянно растет доля современных автомобилей, потребляющих синтетические масла. Тенденция роста доли потребления синтетических масел продолжалась, несмотря на снижение потребления в 2015 году и несмотря на кризис

Рост доли отечественных производителей многие эксперты воспринимают как движение к монополизации рынка

Моторные масла для легковых автомобилей, % на рынке



Моторные масла для коммерческого автотранспорта, % на рынке



на авторынке. Тем не менее, полусинтетическое масло по-прежнему используется для многих легковых автомобилей в российском автопарке.

В сегменте LCV потребление масел имеет ряд характерных особенностей. Хотя в этом сегменте потребление масла стабильно растет, однако большим спросом пользуется минеральное масло, так как в этом сегменте автопарка все больше автомобилей сроком эксплуатации больше 10 лет. Рынок LCV в последние годы почти не растет, но владельцы усиливают эксплуатацию старых машин, так как спрос на внутригородские грузоперевозки не падает, а растет, чем и обусловлен растущий спрос минеральных масел.

Полусинтетическое масло занимает большую долю на рынке грузовых автомобилей из-за большого автопарка, преобладают в котором не новые автомобили. В эксплуатации среднетоннажных грузовиков использование полусинтетических масел более рентабельно. Несмотря на то, что рынок грузовиков сокращается несколько последних лет, структура парка в целом не меняется, поэтому структура потребления масел, закрепившаяся к 2013 году, тоже мало меняется.

В сегменте тяжелых грузовиков значительную долю занимают иномарки, поэтому здесь стабильным и растущим спросом пользуется синтетическое масло за счет снижения доли потребления полусин-



КАЧЕСТВО МИРОВОГО УРОВНЯ ДЛЯ РОССИЙСКИХ УСЛОВИЙ

Производитель: группа компаний C.N.R.G

г. Москва, ул. Иркутская, д. 11/17

+7 495 510 27 74 | marketing@cnrg.ru | www.cnrg-oil.ru

тетического и минерального масла, но пока по-прежнему преобладает полусинтетическое масло, что обусловлено структурой автопарка, которая не меняется с 2014 года.

Автобусы потребляют преимущественно синтетическое масло, хотя и несущественно больше, чем полусинтетического.

Кстати, в 2016 году начал сокращаться рынок наливных смазочных материалов, но немного, всего около 1%, и в то же время примерно на столько же увеличился сегмент рынка фасовочной продукции. При этом фасовочные смазочные материалы заняли примерно две трети рынка, и это уже устойчивая тенденция, которая говорит о явных потребительских предпочтениях.

Что касается каналов сбыта моторных масел, то существенных изменений здесь нет. Происходившее смещение каналов сбыта моторных масел для легковых автомобилей в сторону официальных СТО приостановилось с кризисом, выросла доля «гаражного» сервиса и самостоятельной заправки. Сейчас не приходится говорить о восстановлении предпочтений к официальным СТО, однако, с изменением структуры автопарка и ростом продаж новых автомобилей потребитель начнет возвращаться к ним.

Тенденции и прогноз

К ключевым тенденциям, определяющим будущее моторных масел следует отнести посте-

В среднесрочной и долгосрочной перспективе производство, продажи и потребление моторных масел будут расти, но разными темпами при разных условиях

пенное восстановление продаж автомобилей, автопроизводства и продолжение изменения структуры авторынка, рост грузооборота. На рынок масел также может влиять повышение стандартов экологичности — Евро-5 и выше.

Политика импортозамещения в условиях давления санкций тоже может повлиять на рынок масел. Российские предприятия заявляют о возможности создания в стране производства масел II и III групп, так как по этим видам масел есть определенная импортозависимость. Заменить зарубежные масла отечественной продукцией в этом сегменте вряд ли удастся, но если планы будут реализовываться, то в отдаленной перспективе дефицит отечественных масел II и III групп может сокращаться.

Общий объем потребления моторного масла легковыми автомобилями увеличится на 2–3% к концу года и далее будет расти примерно такими же темпами, в основном за счет роста потребления синтетического масла, при этом потребление полусинтетиче-

ского масла легковыми автомобилями будет сокращаться, не говоря уже о минеральном.

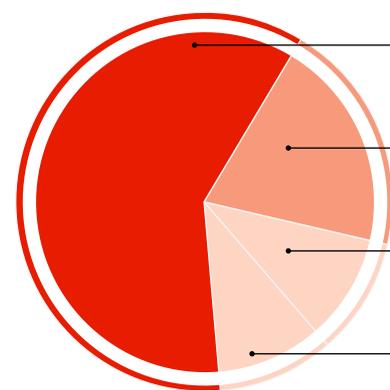
Существенных изменений в структуре потребления масла LCV не будет происходить, но постепенно объем потребления синтетического масла будет увеличиваться, за счет сокращения доли полусинтетического и минерального, но это будет происходить только если в ближайшие 1–2 года восстановится авторынок.

Если экономика страны начнет восстанавливаться и это приведет к росту инфраструктурного строительства, то на рынок масел положительно повлияет рост потребления грузовым автотранспортом. Но если этого не произойдет, то потребление масел в этом сегменте будет расти очень медленно, только за счет постепенного выбывания старой техники и роста доли новой, соответственно, будет расти потребление полусинтетических и синтетических масел темпами порядка 1–3% в год.

В среднесрочной и долгосрочной перспективе производство, продажи и потребление моторных масел будут расти, но разными темпами при разных условиях. Например, если удастся достичь хотя бы умеренного роста экономики, то это приведет к динамичному развитию и рынка масел. Но если экономика не будет расти или будет расти слишком слабо, то это замедлит темпы роста рынка моторных масел, хотя все отмеченные тенденции будут продолжаться и укрепляться. Прогнозы роста экономики не превышают 3% в год, примерно такими же темпами может расти и рынок моторных масел. ■

При подготовке статьи использованы материалы RPI, EY, Росстат, Автостат.

Каналы реализации моторных масел, %



60% Продажа в розницу

20% Независимые СТО

10% Официальные СТО

10% Гаражи



Компания YACCO с 1919 года обеспечивает европейский автобизнес смазочными материалами экстра-класса. Более 2500 сервисных станций автодилеров VAG GROUP, PSA, BMW, JAGUAR - LAND ROVER применяют нашу продукцию.



Самая полная гамма продукции для легковых автомобилей, способная удовлетворить потребности сервиса ремонтирующего уникальные Ferrari 70-х годов (наше YACCO LEGENDE MONOGRADE SAE 30) и самые современные Фольксваген (наше YACCO Lube W 0W20). Официальные омологации от OEM для двигателей последнего поколения, справедливая цена на продукцию, делают наше предложение наиболее выгодным в России.

Ознакомьтесь с ценами на наши масла

YACCO VX 5W40	ACEA A3/B4 ; API SN/CF ; BMW LL01 ; MB 229.3 ; VW 502.00/505.00 ; PORSCHE A40 ; FIAT 9.55535-M2 ; GM LL-B-025	бочка 60 л	17 360р.
		бочка 208 л	53 900р.
		куб 1000 л	262 500р.
YACCO LUBE DE 5W30	ACEA C3/C2 + A3/B4-07 ; API SN BMW LL-04 ; MB 229.51 ; PORSCHE C30 ; VW 504.00/507.00	бочка 60 л	30 328р.
		бочка 208 л	102 536р.
		куб 1000 л	456 400р.
YACCO LUBE O 5W30	ACEA C3/A3/B4 ; API SN/CF ; BMW LL-04 ; MB 229.51/229.31 ; VW 502.00/505.00/505.01 GM DEXOS 2 (EXCEEDS GM-LL-A-025 AND GMLL-B-025)	бочка 60 л	23 335р.
		бочка 208 л	75 819р.
		куб 1000 л	332 500р.
YACCO Premium 0W40	ACEA A3/B4 ; API SN ; BMW LL-01 ; RENAULT RN0710/RN0700 ; VW 502.00/505.00 ; FORD WWS-M2C937-A MB-APPROVAL 229.5 ; PORSCHE A40	канистра 2 литра	1 119р.
		бочка 208 л	107 471р.
		куб 1000 л	511 000р.

цены рассчитаны по курсу 70 рублей за 1 евро

Узнайте больше о нашем бренде на сайте www.yaccoworld.com

Вся продукция на www.yacco.ru

БЕСПЛАТНО ДОСТАВЛЯЕМ ПО РФ ЗАКАЗ ОТ ОДНОЙ БОЧКИ 208 ЛИТРОВ

✉ info@yacco.ru ☎ 8 (800) 775-9657

Николай Мильшин:

«Цены на внешнем рынке, например, на отечественные базовые масла получаются интереснее, чем на внутреннем»

Сегодня компания Delfin Industry — одно из крупнейших предприятий в России по блендингу и фасовке моторных, трансмиссионных масел и автомобильных спецжидкостей. О текущей ситуации на рынке нашему изданию рассказал Николай Николаевич Мильшин, директор по развитию Delfin Industry.



Николай Николаевич, как вы оцениваете современное состояние сегмента российского рынка автомобильных масел?

Жёсткая конкуренция во всех сегментах — начиная от эконом-сегмента и заканчивая премиум-сегментом. Практически не осталось низкоконкурентных ниш в масляном бизнесе. Структура рынка и перечень основных операторов российского рынка

моторных масел за последние годы не претерпели серьёзных изменений.

Рынок масел на сегодняшний день скорее стагнирующий, с оптимистичными ожиданиями — в дальнейшем ожидается незначительный рост объёмов потребления моторных масел в России.

Какие основные проблемы и тенденции этого сегмента рынка можно выделить сегодня?

Для независимых блендеров основная проблема — закупка высококачественных базовых масел по конкурентоспособным ценам, малая номенклатура и недостаточное количество высокотехнологичных отечественных присадок отечественного производства.

Спецификой российского рынка является активное присутствие на розничном рынке продукции брендов отечественных вертикально-интегрированных компаний, фасованной в потребительскую тару.

В Германии, например, нет фасованных в потребительскую тару моторных масел BASF, зато успешно существуют и развиваются десятки предприятий-блендеров, продвигающих свои собственные торговые марки масел, что обеспечивает достаточно высокий

уровень занятости в этом бизнесе в Германии и других странах Евросоюза с одной стороны, а с другой — обеспечивает гарантированный сбыт базовых масел и присадок, которым занимаются компании-блендеры.

Западные вертикально-интегрированные нефтехимические компании в большей степени сосредоточены на разработке и внедрении в промышленность передовых ноу-хау в области разработки новых технологий и новых продуктов. Что, к сожалению, не скажешь об отечественном масляном рынке. Отечественные ВИНК сосредоточены на борьбе за долю российского рынка, а цены на высококачественные базовые масла имеют устойчивую тенденцию к росту, при том что цены на внешнем рынке, например, на отечественные базовые масла получаются интереснее, чем на внутреннем.

Какими методами вы продвигаете свою продукцию, повышаете узнаваемость ваших брендов?

Основной метод продвижения — обеспечение присутствия нашей продукции в рознице, в СТО и ПЗМ. Мы последовательно занимаемся авторизацией ТРТ. ■

УМНЫЕ МОТОРНЫЕ МАСЛА



Официальный эксклюзивный продавец на территории России и в странах СНГ
ООО «Делфин Дистрибьюшен» тел. +7 (495) 993-46-56 факс +7 (495) 993-46-60 www.spectrol.ru

Российский рынок смазочных материалов – крупнейший в Европе и пятый по величине в мире. На рынок моторных масел в нашей стране влияют, прежде всего, экономические факторы. Рост спроса на синтетические моторные низкосольные масла, жесткая ценовая конкуренция, увеличение доли контрафактной продукции — основные тенденции рынка, которые отметили наши спикеры.

«Потребители зачастую пытаются сэкономить, переходя на более дешевые смазочные материалы»



Вячеслав Кондратьев
 собственник компании «Фаворит Ойл Трейд» и основатель сообщества «Лига продавцов»

Рынок автомасел, как и большинство рынков, стагнируется. Кризис его коснулся, потребители зачастую пытаются сэкономить, переходя на более дешевые смазочные

материалы. Тенденцией современного рынка становится размытие среднего сегмента — потребитель уходит в дешевый или в дорогой сегмент. Огромной проблемой как для производителей, так и для покупателей является большое количество фальсификата. На рынке моторных масел наблюдается жесткая ценовая конкуренция.

Мы продвигаем свою продукцию через обучение персонала наших партнеров. Мы обучаем не только продажам нашей продукции, но также:

- Построению отделов продаж
- Обучению продавцов партнеров навыкам продаж
- Внедрению CRM
- Клиентскому маркетингу

Такое обучение успешно помогает развивать нашу продукцию.

«Наблюдается рост доли торговых марок смазочных материалов от производителей автомобилей»



Дарья Ефименко
 директор по маркетингу официального дистрибьютора Mobil ГК «Центральный склад»

Основные игроки на этом рынке давно определены, но финансовые и политические события последних лет позволили отечественным производителям

занять более уверенные позиции. Надо отметить и рост качественных характеристик продукции.

Сегодня остается проблема контрафактной (неоригинальной) продукции и высокая степень схожести ее по упаковке с оригиналом. Потребитель не в состоянии самостоятельно определить, покупает ли он оригинальный продукт или подделку. Из тенденций — растет спрос на синтетические моторные низкосольные масла, а спрос на минеральные смазочные материалы стремится к нулю. С значительным улучшением качественных и эксплуатационных характеристик моторных масел, расширяется и их ассортимент и назначение. Наблюдается рост доли торговых марок смазочных материалов от производителей автомобилей.

Главное в наших продуктах — высокое качество и надежность. Однако неправильно подобранные смазочные материалы могут даже навредить автомобилю. Мы сосредоточены на повышении осведомленности о наших продуктах и их применении как среди наших B2B клиентов-магазинов, СТО и т.п., так и среди конечных потребителей.

«Мы честно заявляем, что наше масло российское и производится в Москве»



Дмитрий Миронов
 коммерческий директор C.N.R.G. Oil Company

Тренд последних лет на рынке России — импортозамещение. Из-за резкого повышения курса доллара и евро объем импорта резко упал. Крупные предприятия и обычные автовладельцы обратили внимание на российских производителей, которые удерживают доступную для потребителя цену.

У части российских потребителей сохраняется стереотипное мнение о низком качестве российских масел. Однако, с началом кризиса многие известные мировые бренды для снижения издержек перенесли брендинг продуктов на российские заводы, которые в том числе выпускают масла и под собственными торговыми марками на аналогичном базовом сырье и присадках. Российские продукты уже достойно конкурируют с импортными брендами и соответствуют по характеристикам требованиям мировых стандартов.

Бренд C.N.R.G. не скрывается за красивыми легендами по примеру некоторых российских производителей, которые позиционируют свое масло как немецкое или японское, вводя в заблуждение

потребителей. Мы честно заявляем, что наше масло российское и производится в Москве. Основной вид продвижения — испытания в реальных условиях, чтобы потребитель мог убедиться в высоком качестве продукта.

«Автомобилисты ищут качественную альтернативу импорту»



Александр Шульпин
 руководитель отдела продаж ГК Vitex

В настоящее время на рынке автомобильных масел продолжает сохраняться тенденция импортозамещения.

Многие потребители автомобильных масел пересматривают свои предпочтения и делают выбор в пользу тех российских брендов, чьи эксплуатационные характеристики не уступают зарубежным аналогам. Автомобилисты ищут именно качественную альтернативу импорту. Производители масел борются за доверие потребителей расширяя ассортимент, улучшая качественные характеристики своей продукции.

Рынок автомобильных масел в целом зависит от внешнеэкономических факторов, прогнозы роста не превышают 3% в год и высококонкурентная среда будет сохраняться, осложняет ситуацию наличие контрафактной продукции на рынке.

Для сохранения конкурентоспособности ТМ Vitex, в первую очередь, мы нацелены на качество продукции и проведении различных стимулирующих мероприятий: программы лояльности клиентов, региональные рекламные кампании. Также ТМ Vitex участвует в российских и зарубежных выставках и активно продвигается в интернете.

«Происходит изменение предпочтений потребителей в сторону масел подлинного европейского качества, находящихся в доступной ценовой категории»



Анатолий Воробьев

Генеральный директор ООО «Стайл ТехОйл» представительство CEPSA Comercial Petróleo S.A.U. в России

CEPSA Comercial Petróleo S.A.U. — эксперт в области производства смазочных материалов с многолетним

международным опытом, рассматривает российский рынок, как один из самых комплексных и сложных. Несмотря на его привлекательность и огромный потенциал, в настоящее время мы работаем на падающем рынке с высочайшей конкуренцией, наличием контрафактной продукции, выраженной тенденцией импортозамещения и иными факторами, влияющими на развитие отрасли в целом.

В 2017 году бренд CEPSE в России продемонстрировал динамичный рост в большинстве сегментов автомобильного направления, существенно укрепив свои позиции. Благодаря реализации программы брендирования станций технического обслуживания, масла CEPSE для легкового и коммерческого транспорта стали еще заметнее и доступнее российским автомобилистам в различных регионах страны.

На сегодняшний день, происходит изменение предпочтений потребителей в сторону масел подлинного европейского качества, находящихся в доступной ценовой категории, что позволяет нам прогнозировать стабильный рост продаж CEPSE в 2018 году.

«Едва ли можно найти более качественную продукцию, чем масла, произведенные в Японии»



Оя Морихиро

специалист технической поддержки, инженер ООО «Идемиту Лубрикантс РУС»

Расчетное потребление на рынке моторных масел растёт из года в год, каждый год мы запрашиваем статистику, чтобы рассчитывать примерную потребность рынка в смазочных материалах для легковых автомобилей.

В 2016 году, например, потребность составила около 228,8 миллионов литров автомобильных масел. Так, если взглянуть на 2015 год, потребность составляла 224,7. На основании этих данных мы можем говорить о росте потребления, который составил 1,8%. Вне всяких сомнений, этот рост был в разы выше в докризисные времена, до 2014 года. Сейчас мы, как и наши конкуренты, вынуждены подстраиваться под сложившиеся условия и, не без гордости можем отметить, что успешно с этим справляемся. Дело в том, что люди стали обращать больше внимания на соотношение цена-качество — это к вопросу о тенденциях — а мы предлагаем продукты, которые по этому показателю находятся в выигрышном положении по отношению ко всем нашим конкурентам.

Потребитель обращает внимание на цену — мы стараемся держать ее на приемлемом уровне. Но в случае с моторным маслом, потребитель также немало думает и о качестве масла, потому что ремонт двигателя может обойтись в серьезную сумму — и здесь мы снова в выигрышном положении. Едва ли можно найти более качественную продукцию, чем масла, произведенные в Японии (для японского рынка) или в Таиланде по японским технологиям.



Добыча и переработка нефти и газа



Преобразование энергии



Производство



Логистика



Дистрибуторская сеть во всем мире

CEPSA ПРОИЗВОДИТ МАСЛА С 1950 ГОДА И ОСУЩЕСТВЛЯЕТ ПРОДАЖИ В БОЛЕЕ ЧЕМ 70 СТРАН МИРА



CEPSA (Compañía Española de Petróleos S.A.) образована в 1929 году, как первая частная нефтяная компания Испании.

CEPSA В НАШИ ДНИ:

- Одна из крупнейших интегрированных энергетических групп компаний Испании. Штаб-квартира расположена в г. Мадрид.
- Объединяет более 80 компаний, осуществляющих свою деятельность в Европе, Азии, Северной и Южной Америке, Африке со штатом более 10 000 профессионалов.
- Мировой лидер по производству линейного алкилбензола (LAB).
- Крупный добытчик нефти и газа.
- Крупный поставщик авиационного и судового топлива.
- Производитель горюче-смазочных материалов с одной из крупнейших сетей АЗС на территории Испании, Португалии и Гибралтара.
- Ведущий производитель базовых масел и парафинов.

CEPSA ПРОИЗВОДИТ НА ТЕРРИТОРИИ ИСПАНИИ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫЕ АВТОМОБИЛЬНЫЕ, ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ И СУДОВЫЕ СМАЗОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, А ТАКЖЕ АНТИФРИЗЫ ТОРГОВЫХ МАРОК CEPSE И ERTOL.

На протяжении многих десятилетий CEPSE успешно сотрудничает с ведущими мировыми Европейскими, Американскими и Азиатскими автопроизводителями, получая официальные допуски и превосходя требования самых современных спецификаций.

Смазочные материалы CEPSE получили одобрения крупнейших мировых производителей коммерческого транспорта и легковых автомобилей, в числе которых: BMW, FIAT, FORD, GENERAL MOTORS, MACK, MAN, MERCEDES-BENZ, PORSCHE, RENAULT, SCANIA, VOLKSWAGEN, VOLVO и другие.

МОТОРНЫЕ МАСЛА CEPSE ПРОВЕРЕНЫ НА ТРАССАХ ФОРМУЛЫ 1 И КОЛЬЦЕВЫХ ГОНКАХ НА ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЯХ

Корпорация CEPSE на протяжении многих лет выступает спонсором одних из самых значимых и зрелищных спортивных мероприятий в мире:

CEPSA являлась спонсором итальянской автогоночной команды Scuderia Toro Rosso в чемпионате Формулы 1, за которую выступает российский пилот Даниил Квят.

CEPSA добилась максимального результата в Формуле Renault 3.5, поддерживая испанского автогонщика Карлоса Сайнса-младшего и его команду DAMS.

CEPSA обладая собственной командой грузовиков CEPSE-MAN TEAM, пилотируемой известнейшим гонщиком Антонио Альбасете, принимала лидирующее участие в чемпионате Европы по кольцевым гонкам на грузовых автомобилях, неоднократно доказывая свое исключительное превосходство.

CEPSA добилась наивысших результатов на чемпионате мира по мотокроссу, неоднократно спонсируя таких мировых звезд как Дени Торрес и Майкл Мелеро.

CEPSA продолжает поддерживать мир спорта, сконцентрировавшись на спонсорстве футбольной команды Real Madrid, обладателя максимальной заглавной экипировки - Real Madrid, заключив пари за международное лидерство, техническое превосходство и постоянный прогресс.



СТАЙЛ ТЕХОЙЛ
www.cepsa-lubricants.ru
www.cepsa.com

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ РЕГИОНАЛЬНЫХ СУБДИСТРИБЬЮТОРОВ

☎ 8 (863) 218 51 36



Официальный спонсор



CEPSA

С июля 2016 года в России введен новый экологический стандарт Евро-5. В настоящее время в мире тема экологии играет очень важную роль, что нашло отражение в автомобилестроении и повлекло за собой изменение конструкции двигателя. Это, в свою очередь, привело к уменьшению вязкости моторных масел. Растёт популярность синтетических маловязких масел SAE 0W-20 либо 5W-30, а также наблюдается снижение спроса на недорогие высоковязкие продукты, ориентированные на автомобили старше 15 лет. Маловязкие масла выбирают всё чаще, потому что они снижают расход топлива, что также позволяет сэкономить в условиях кризиса.

«Качественной дистрибуции добились только международные компании»



Кирилл Мошков
бренд менеджер YACCO
ООО «Альком» официальный
импортер YACCO в РОССИИ

Рынок автомобильных масел насыщен и в низком, и в среднем ценовом сегменте. В премиум классе предложение не настолько обширное. Но качественной дистрибуции добились

только международные компании. Среди проблем и тенденций рынка моторных масел можно отметить: сокращение спроса из-за увеличения межсервисного пробега, сползание спроса в более низкую ценовую категорию, где потребители пренебрегают качеством, уговаривая себя, что вся продукция одинаковая. Также данному сегменту рынка присуща плохая и дорогая транспортная логистика.

Сегодня для продвижения бренда YACCO мы используем 3 основных канала информации. Наш сайт, где сконцентрировано рассказываем о

ценностях нашего бренда. Создаем продающие POS-материалы, размещая их в торговых точках, и таким образом обращаем внимание посетителей на наш продукт.

Проводим обучение, где говорим не о том, что наш продукт — «само совершенство», а рассказываем о технологиях, базовых маслах, присадках, о поведении и старении масел в двигателях, об экономике нефтепереработки. Сотрудники наших партнеров сами делают выводы.

Путь через качество продукта — длинный, но мы можем себе это позволить, так как в этом наша сильнейшая сторона. Мы бы с радостью «повисели» в телевизоре — но таких бюджетов нет.

«Отрицательная тенденция — постоянный рост на рынке контрафактных масел»



Сергей Мамыкин
технический директор
Компании «КУППЕР»

На мой взгляд рынок моторных масел в России очень нестабилен. С одной стороны, налицо тенденция повышения качества моторных масел российских брендов, таких как Татнефть и Лукойл — это хорошо.

В тоже время имеет место и отрицательная тенденция — постоянный рост на рынке количества контрафактных масел достаточно хорошего качества. На мой взгляд, это очень опасная тенденция, которая приводит к падению доверия у покупателей к маслам ведущих производителей.

Основной упор при продвижении нашей продукции мы в настоящее время делаем на сотрудничество с узнаваемыми брендами в мире технических видов спорта, и в мире автоспорта в первую очередь.

Ликбез для продавца

Эффективность программы обучения персонала, предлагаемой дистрибьютором, проще оценить, если она посвящена продукту, требующему усилий по продвижению на рынке со стороны менеджеров по продажам. Сегодня мы обсуждаем именно такую программу и такой продукт с Вячеславом Кондратьевым, собственником компании «Фаворит Ойл Трейд» и основателем сообщества «Лига продавцов».



«Фаворит Ойл Трейд», «Лига продавцов», «Легион100»: что есть что?

Более 30 лет моя деятельность связана с продажами, 20 из них в сегменте автобизнеса. Мой основной бизнес — компания «Фаворит Ойл Трейд», занимающаяся продажами автотоваров.

Накопив огромный опыт по организации продаж и повышению их эффективности, я запустил на базе «Фаворит Ойл Трейд» общепрофессиональный проект: сообщество профессионалов продаж «Лига продавцов». В рамках «Лиги» организо-

ван обучающий центр «Легион100» для менеджеров по продажам и их руководителей.

Что привело вас к мысли, что именно такой формат нужен автобизнесу?

Существует замкнутый и, я бы сказал, порочный круг. Персонал мало кто учит, менеджеры зачастую не имеют элементарных навыков продаж. Они кое-как продают, как правило, манипулируя низкой ценой. Руководство хочет продавать с большей наценкой, но менеджеры этого не умеют, их просто забыли научить.

В формате «Легиона» какова роль работодателя учащихся?

Если мы работаем с компанией, она получает обратную связь об их профпригодности. Мы проводим тестирование персонала, аттестацию в процессе и по окончании обучения. Даем рекомендации по применению полученных навыков.

Чем отличается «до» и «после»?

Элементарно: увеличивает производительность труда. В начале обучения зачастую мы получаем отчеты, в которых менеджер планирует сделать 15 звонков в день, а совершает 10.

Продавцы в большинстве своём не имеют элементарных навыков продаж, не умеют работать с ассортиментом и способны продать товар лишь в том случае, если имеют преимущество в цене. «Легион100» проводит программы обучения, направленные на развитие навыков продаж и повышение эффективности сбытовых подразделений.

В конце обучения менеджер уже планирует 50 звонков в день, из них успешны 30–35.

Почему один из курсов ведёт кинорежиссёр, а не специалист из автобизнеса?

Кинорежиссёр Андрей Няньчук ведет курс самопрезентации.

Андрей давно занимается подготовкой и обучением бизнесменов и политиков. Постановка речи, навыки самопрезентации — важные качества для успеха менеджера по продажам в любой отрасли. Мы сами покупаем автотовары, и когда ко мне приходят с предложением, часто не хочется покупать, потому что я вижу, как слабо человек презентует себя, свою компанию и товар.

Имеет ли смысл учить продавцов использовать CRM, если начальник отдела продаж и директор ей не пользуются?

Для меня CRM — это не программа, а образ мышления компании, который приводит к успеху. Поэтому мы обучаем основам работы с CRM-системами как топ-менеджмент, так и менеджеров по продажам. Разъясняем назначение и то, как с помощью CRM можно повысить эффективность продаж. Даем методику внедрения.



Как вы рекомендуете клиентам комбинировать форматы выездного семинара, обучения на рабочем месте, вебинаров?

Выездное обучение требует, как правило, больше времени и затрат на его организацию. Обучение на рабочем месте эффективно, только если сразу применяются изучаемые предметы на практике.

Вебинары на сегодняшний день самая комфортная форма обучения. Не нужно ехать в учебный центр, вебинары доступны везде, нужен только интернет.

Наша программа состоит из вебинаров, видеотрансляций, видеоуроков и дополнительных материалов, которые учащийся может скачать на сайте школы.

Если мы работаем с компанией, то наряду с онлайн-обучением проводим выездные мероприятия. Например, в рамках подготовки компании к участию в выставке можем организовать выездной тренинг на её базе. Набор мероприятий всегда обусловлен спецификой компании и задачей.

Как программа связана с брендом Yokki?

Мы применяем нашу программу для обучения компаний-дилеров продукции торговой марки YOKKI.

Для них все обучающие мероприятия проводятся бесплатно — развитие продаж выгодно и для нас, и для наших партнеров. Это приносит отличные результаты в продвижении продукта.

Мы знакомимся с менеджерами, обучаем навыкам продаж продуктов линейки YOKKI, совместно решаем проблемы, возникающие при продвижении, учим проходить основные возражения. Работаем напрямую с теми менеджерами, которые продают наши товары, получаем прямую обратную связь. При желании, сотрудник компании-дилера может бесплатно пройти полный курс по продажам в школе «Легион100».

Таким образом, работая напрямую с персоналом компаний-дилеров, мы повышаем продажи нашей продукции.

Чем бренд YOKKI может привлечь специалистов СТО?

В портфеле продуктов YOKKI разработана специальная сервисная линейка трансмиссионных масел YOKKI IQ. Акцент сделан на высокую степень унификации: линейка YOKKI IQ закрывает 90% потребностей в жидкостях для АКПП, вариаторов и МКПП.

Мультибрендовым СТО нужен поставщик, который обеспечит максимальный охват модельного ряда. Желательно также, чтобы этот охват обеспечивался небольшим количеством продуктов, чтобы минимизировать складской запас и облегчить сервисмену подбор масла под конкретного клиента. Современные трансмиссии — сложный агрегат, разные типы трансмиссий требуют различных типов масел. Сервисмену нужно быть уверенным в правильном типе и качестве масла для трансмиссии, а также в репутации поставщика.

Наконец, станции приходится поддерживать баланс прибыли, не поступаясь при этом качеством услуг. На продукции YOKKI дилер имеет высокую наценку.

Привязка к конкретному бренду не вредит качеству обучения?

Это делается только при обучении дилеров продукции YOKKI; при работе со сторонними компаниями привязка к продукту не используется. Обучение ведется по универсальной методике, подходящей к большинству типов автобизнеса.

Что бы вы хотели добавить?

На своих семинарах я показываю слайд, который заставляет людей задуматься. На нём приведён разговор двух собственников фирм. Один спрашивает: «Зачем ты вкладываешь деньги в обучение и развитие своих сотрудников? Ты не боишься, что обучишь их и они уйдут?» Ответ: «Я больше боюсь, что не обучу их и они останутся». Хотя автор истории мне не известен, я думаю, что его фамилия — Жизнь.

Повышение квалификации сотрудников сбытовых подразделений напрямую влияет на повышение эффективности продаж. Наша методика обучения разработана специалистами с опытом работы в продажах более 15-20 лет и мы готовы поделиться этим опытом со всеми желающими повысить свою эффективность.



ЛУКОЙЛ

ГОТОВИТСЯ СТАТЬ ГЛОБАЛЬНЫМ ЭКСПОРТЕРОМ МАСЕЛ

В компании ЛУКОЙЛ разрабатывают стратегию развития на среднесрочную перспективу, которая должна быть утверждена советом директоров в конце ноября – начале декабря.

Компания планирует экспортировать моторные масла в объемах около \$80–100 млн в год.

В качестве основных направлений стратегии рассматриваются геологоразведка и добыча нефти. В частности, президент ЛУКОЙЛ Вагит Алекперов заявил: «За десятилетний период мы должны нарастить 1,1–1,2 млрд тонн запасов, удержать полку добычи нефти в 100 млн тонн. Достичь 35–40 млрд кубометров добычи газа. Сейчас программа редактируется, инвестиции \$80–85 млрд планируются».

При этом стратегия на ближайшие три года разрабатывается исходя из стабильной цены нефти \$50 и курса рубля в 62–64 за \$1.

ЛУКОЙЛ не планирует уходить с зарубежных рынков. Присутствие компании в Европе позволяет обеспечить компании экспорт дизельного топлива, потребление его увеличивается в Турции и в Западной Европе. Однако, ЛУКОЙЛ может продать нефтетрейдинговое подразделение Litasco. Как пояснил Вагит Алекперов, Litasco непрофильный актив для ЛУКОЙЛ, так как больше половины товара идет от третьих лиц и требуются большие оборотные средства. «Мы рассматриваем вариант, чтобы дистанцировать этот актив за пределы группы», — сказал Алекперов. Решение о параметрах продажи Litasco будет приниматься до конца года.

В рамках стратегии ЛУКОЙЛ планирует стать крупным российским экспортером моторных масел с потенциальным оборотом около 80–100 млн долларов в год. К этому времени рамочное соглашение о зарубежных поставках различных нефтепродуктов подписали РЭЦ и ЛУКОЙЛ. Как заявил гендирек-

Цитата



Петр Фрадков
гендиректор Российского экспортного центра (РЭЦ)

«Моторные масла — одна из тем, которую мы очень активно продвигаем. Это рынки и Ближнего Востока, и Турции, и Северной Африки, и Латинской Америки».

тор Российского экспортного центра (РЭЦ) Петр Фрадков: «Моторные масла — одна из тем, которую мы очень активно продвигаем. Это рынки и Ближнего Востока, и Турции, и Северной Африки, и Латинской Америки».

Кстати, в сентябре ЛУКОЙЛ начал отгрузку смазочных материалов — моторных масел, трансмиссионных и гидравлических масел, а также смазок, антифриза и тормозной жидкости — компании Картрейд, поставщику вилочных погрузчиков Doosan в Россию. Кроме того, ЛУКОЙЛ заключил контракт с компанией «Дунфэн Мотор Рус» на сервисную заливку масел и технических жидкостей для легковых автомобилей и микроавтобусов Dongfeng (DFM) в сертифицированных техцентрах в России. ■

Узнать больше

О моторных и трансмиссионных маслах Yokki: FavoritOil.ru, YokkiOil.ru
О «Лиге продавцов» и учебном центре «Легион100»: LeagueSellers.ru

«Автомотив» рекомендует АКБ AlphaLINE

Для надёжного запуска двигателя ключевой фактор — аккумулятор. Компания «План Т», оптовое подразделение ГК «Автомотив», предлагает более 1000 моделей АКБ, приобретая их напрямую у заводов (такие, как южнокорейские CENE и российские Titan и «Тюменский медведь») или у официальных дилеров.

Потенциальным партнёрам компания «Автомотив» рекомендует обратить особое внимание на продукцию бренда AlphaLINE — аккумуляторы южнокорейского производителя Atlas BX, зарекомендовавшие себя в качестве надёжных и долговечных устройств. Батареи этого бренда отличаются повышенным значением пускового тока, поэтому даже в самые суровые морозы стартер работает как часы.

Корпорация Atlas BX входит в «большую четверку» производителей аккумуляторов Южной Кореи с мощностью более 15 млн. усл. ед. АКБ в год. Она основана в 1944 г. и стала известна как разработчик первых необслуживаемых батарей в Корее (1980 г.). В 2008 г. Atlas BX стала вторым мировым производителем, применившим технологию штамповки решеток.

Аккумуляторы AlphaLINE включают весь спектр передовых технологий: технологии EFB, решетки X-frame, кальциево-оловянное легирование материала решеток Calcium+, сепараторы GPS и высокопрочные корпуса из современных материалов. В конструкцию входят, конечно, и индикатор заряда, и эргономичная ручка для переноски, и высококачественные мостики и клеммы — все это обеспечивает премиальное качество продукции бренда.

Вся линия аккумуляторов AlphaLINE делится на следующие категории:

AlphaLINE SD (Super Dynamic) — аккумуляторы класса премиум для широкой массы потребителей. Возможно, это самое выгодное предложение на российском рынке среди аккумуляторов с эталонной надёжностью.

AlphaLINE Ultra — аккумуляторы супер-премиального качества. Их стартовый ток на 20–30% выше, чем у стандартных моделей, а ресурс пусков и срок службы увеличены на 25%.

AlphaLINE EFB специально разработаны для использования в режиме Start-Stop. При заглушенном двигателе такой аккумулятор надёжно обеспечивает электроэнергией бортовые потребители и гарантирует повторный запуск двигателя за доли секунды. Батарея способна выдерживать более глубокий разряд, не теряя при этом функциональности.

AlphaLINE AGM изготовлены по передовой технологии с абсорбированным электролитом и имеют высочайшие электрические характеристики, устойчивость к низким разрядам и большее число циклов заряда-разряда. Такие аккумуляторы применяются на автомобилях, оснащенных системой Start-Stop, и дают максимально возможную уверенность в запуске двигателя.

AlphaLINE DC (Deep Cycle) предназначены для водного транспорта. Устойчивость к глубоким разрядам позволяет использовать их не только в качестве стартерных, но и как резервные и даже как тяговые аккумуляторы. При этом модели AlphaLINE DC имеют весьма конкурентную цену по сравнению с аналогами того же назначения.

Оптовыми поставками аккумуляторов торговой марки AlphaLINE и других брендов в группе компаний «Автомотив» занимается подразделение «План-Т». В 11 регионах России успешно работают 12 филиалов подразделения. В 2016 году открыто представительство и региональный склад в Москве.

За годы сформирован портфель надёжных торговых марок и эта работа продолжается. Ассортимент охватывает АКБ для легковых и грузовых автомобилей, сельхозтехники и мотоциклов, водного транспорта, тяговые и тепловозные аккумуляторы, стационарные модели для резервного питания и др. В рамках философии развития ГК «Автомотив» мы активно развиваем линейку собственных брендов, объединяя под ними лучшую продукцию разных производителей.



AlphaLINE

Первая буква вашего автомобиля



www.plan-t.pro
www.avtomotiv.ru



Москва (499) 110-70-15
Новосибирск (383) 383-25-77

рейтинг

Бренды моторных масел в России – 2017

5 из 15 самых сильных брендов моторных масел в России — отечественные. Рейтинг, составленный специалистами для специалистов, поможет разобраться в «каше» из более чем 200 торговых марок, присутствующих на огромном и слабо структурированном рынке моторных масел.

Кроме большого размера, у рынка моторных масел есть вторая специфическая особенность. Их производство не требует больших инвестиций, поскольку состоит в смешивании базового масла и набора присадок с последующим розливом в потребительскую тару.

В совокупности эти два фактора объясняют, почему торговых марок на российском рынке так много. Только иностранных брендов таможня в 2016 г. насчитала более 190.

Что требует инвестиций — так это производство базового масла. Из 15 брендов нашего топ-15 пять принадлежат российским компаниям. Уточним: российским нефтяным концернам. И это предсказуемый результат, учитывая, что они сами производят базовое масло, а кроме того, владеют большими сетями АЗС, что позволяет выходить на потребителя без посредников.

У российских химиков и торговых операторов нет таких ресурсов, поэтому созданные ими бренды (Sintec, Sintoil, «Волга-Ойл» и другие, всего около десятка) уступают брендам нефтяников. Здесь всё закономерно.

Но при всей своей силе, российские нефтяники на домашнем рынке уступают американским и британским концернам с их брендами Mobil, Shell Helix и Castrol. Чем это объяснить? Иностранцы опытнее в маркетинге? Или они делают лучший продукт? В любом случае, компаниям «Лукойл», «Роснефть» и «Газпромнефть» ещё есть над чем работать.

Бренд	Оценка*
1 Mobil	1184
2 Shell Helix	1063
3 Castrol	1023
4 Лукойл	907
5 Liqui Moly	814
6 Motul	680
7 Роснефть	666
8 ZIC	660
9 Gazpromneft	629
10 Total Quartz	619
11 G-Energy	557
12 Elf	517
13 THK Magnum	506
14 Mannol	439
15 Texaco	411
16 BP Visco	396
17 LUXE	384
18 Idemitsu	371
19 Eneos	349
20 Sintec	347
21 Petro-Canada	346
22 Ravenol	334
23 Kixx	310
24 Valvoline	303
25 Totachi	291
26 NESTE	266
27 Sintoil	248
28 Teboil	248
29 Felix	244
30 Xado	240
31 Rolf	228
32 Wolf	228
33 Hi-Gear	217
34 Spectrol	213
35 Havoline	212
36 Addinol	199

* Методика

Рейтинг сформирован методом анкетирования руководителей высшего звена и директоров по продажам компаний сегмента автомобильных моторных масел. Итоговый балл вычислен как сумма квадратов всех оценок, за исключением одной самой высокой и одной самой низкой оценки.

Ограничение ответственности

Данный рейтинг не вычисляет долю компании на рынке и его результаты могут не совпадать с данными измерений других организаций.

Топ-10 зарубежных брендов

1 место

Mobil

Страна — США
Оборот — \$218,6 млрд (ExxonMobil, 2016 г.)
Число сотрудников — 73500
(ExxonMobil, 2016 г.)

В 1866 г. Хайрем Бонд Эверест получил патент на технологию вакуумной перегонки и совершил революцию в смазочных материалах. Благодаря маслам, сделанным его компанией Vacuum Oil — будущей ExxonMobil — стали возможны первый газовый автомобиль, первая электростанция и первый перелёт на самолёте через Атлантику. Сейчас ExxonMobil признана в мире как лидер в развитии синтетических масел.

4(5**) место

Liqui Moly

Страна — Германия
Число сотрудников — 800

Звезда Liqui Moly взошла с открытием смазывающих свойств дисульфида молибдена (moly значит «молибден»). В Германии бренд лидирует по популярности, занимая почти 50% рынка масел и присадок к горючему. Liqui Moly производит продукцию только в Германии на заводе мощностью 80 тыс. тн смазочных материалов в год. Компания быстро растёт: число её сотрудников выросло вдвое за последние 10 лет.

** место в общем зачёте

2 место

Shell Helix

Страна — Великобритания-Нидерланды
Оборот — \$233,6 млрд
(Royal Dutch Shell, 2016 г.)
Число сотрудников — 93000 (Royal Dutch Shell, 2016 г.)
Число сотрудников в России — более 150

Не столь примечательно то, что Royal Dutch Shell существует с 1890 г., сколько то, что в России она работает уже 125 лет. Именно голландско-британский концерн открыл первый в нашей стране завод смазочных материалов в Торжке Тверской обл. Сейчас у Shell вдобавок есть в России развитая сеть собственных АЗС, что не может не влиять на продажи в сегменте моторных масел.

5(6) место

Motul

Страна — Франция
Оборот — \$263 млн
Число сотрудников — около 250

Бренд Motul был образован в 1932 г. Изначально под ним во Франции продавались масла американского производства, но четверть века спустя производственное отделение в США было закрыто и компания стала полностью французской. Motul первой выпустила на рынок коммерческое всесезонное масло, полусинтетическое масло, а позже первое синтетическое масло для двухтактных двигателей.

3 место

Castrol

Страна — Великобритания
Оборот — \$183 млрд (BP, 2016 г.)
Число сотрудников — 74500 (BP, 2016 г.)

Castrol не всегда принадлежал British Petroleum. В 1909 г. англичанин Чарльз Уайкфилд, уже десять лет производивший смазочные масла, изобрёл лубрикант, совершивший революцию в Европе. Он назвал свое изобретение Castrol. Сейчас над созданием и производством продукцией в Castrol трудятся 7500 сотрудников и 7 исследовательских центров, официально марка присутствует в 74 странах.

\$38,6 млрд
глобальный рынок базовых
моторных масел в 2016 г.

рейтинг

Бренды моторных масел в России — 2017

0,95%

прогноз среднего годового роста до 2020 г.

6(8) место

ZIC

Страна — Южная Корея
Оборот — \$125,9 млрд (SK Holdings, 2016 г.)
Число сотрудников — 83600 (SK Holdings, 2016 г.)

Масла ZIC производятся на крупнейшем в мире нефтеперерабатывающем комплексе Ульсан, принадлежащем холдингу SK, занимающему 57 место в списке крупнейших компаний Fortune 500. ZIC используется для заводской заливки на заводах Hyundai-KIA, имеет допуски других глобальных автопроизводителей. Дистрибьюторская сеть бренда охватывает 40 стран.

8(12) место

Elf

Страна — Франция
Оборот — \$127,9 млрд (Total, 2016 г.)
Число сотрудников — 102000 (Total, 2016 г.)

Elf, специализированный бренд смазочных материалов, с 2003 г. принадлежит Total и считается его основным брендом в данном сегменте — более важным, чем Total Quartz. Продукция Elf продаётся в 113 странах. Elf мы должны благодарить за создание масла с вязкостью 15W, масла с мощными свойствами для дизелей и топливосберегающих масел.

9(14) место

Mannol

Страна — Германия
Оборот — н. д.
Число сотрудников — н. д.

Компания SCT-Vertriebs GmbH создавалась как торговый оператор, продававший запчасти широкого ассортимента. Богатая, она стала скупать производственные предприятия — например, завод производству и разливу смазочных материалов в литовской Клайпеде. Масла бренда Mannol, принадлежащего SCT, продаются во многих регионах мира, а в России он представлен на 99% территории.

7(10) место

Total Quartz

Страна — Франция
Оборот — \$127,9 млрд (Total, 2016 г.)
Число сотрудников — 102000 (Total, 2016 г.)

Total был основан правительством Франции при поддержке 90 банков, чтобы создать противовес британско-голландскому Royal Dutch Shell, и два концерна заикнулись на гонке друг с другом. Как и у Shell, у Total есть своя сеть АЗС. В России французы работают с 1991 г., а в 2016 г. они начали строить в Калуге завод по производству смазочных материалов.

10(15) место

Texaco

Страна — США
Оборот — \$114 млрд (Chevron, 2016 г.)
Число сотрудников — 61500 (Chevron, 2016 г.)

Texaco (The Texas Company) в течение всего XX века продавала продукты под брендом, совпадающим с названием компании — это своеобразный рекорд среди нефтяных компаний США. Марка Texaco стала для американцев национальным достоянием. За пределами Штатов она наиболее сильна в Латинской Америке и Западной Африке.

Топ-5 отечественных брендов

1(4) место

Лукойл

Штаб-квартира — Москва
Оборот — 5,23 трлн руб. (2016 г.)
Число сотрудников — 105500

Бренд «Лукойл», возможно, сильнейший российский бренд во всех категориях. До 2007 г. он даже входил в список 100 крупнейших торговых марок мира — такого результата кроме него достигала только «Балтика». У «Лукойла» в России 9 заводов по производству масел, а их продукция поставляется более чем в 100 стран.

2(7) место

Роснефть

Штаб-квартира — Москва
Оборот — 5,5 трлн руб. (2016 г.)
Число сотрудников — 261500 (2015 г.)

У «Роснефти» есть желание в ближайшем будущем стать брендом №1 среди российских моторных масел. Начиная с 2016 г., компания усилила нажим на рынок. Был взят курс на премиализацию бренда и расширение дистрибьюторской сети. В настоящее время поставки смазочных материалов «Роснефть» ведутся в 33 страны, а объём их реализации в 2016 г. достиг 775 тыс. тн.

3(9) место

Gazpromneft

Штаб-квартира — Санкт-Петербург
Оборот — 361,5 млрд руб. («Газпром-нефть», 2016 г.)
Число сотрудников — 66 тыс. (2016 г.)

Отделение по производству смазочных материалов концерна «Газпром-нефть» выпускает продукцию на 6 производственных площадках в России (более 90%), а также в Италии и Сербии, общим объёмом около 430 тыс. тн в год. Торговая марка Gazpromneft была основана в 2007 г. и первой в России включила специализированную линию смазочных материалов для сельхозтехники.

4(11) место

G-Energy

Штаб-квартира — Санкт-Петербург
Оборот — 361,5 млрд руб. («Газпром-нефть», 2016 г.)
Число сотрудников — 66 тыс. (2016 г.)

В отличие от Gazpromneft, G-Energy — это премиальный бренд масел компании «Газпромнефть-СМ», а его продукция выпускается на итальянском заводе концерна. G-Energy стал первым российским брендом, включившим полную линию синтетических масел для спорткаров. Примечательно, что и специалисты, и потребители одинаково оценивают силу брендов Gazpromneft и G-Energy: первый сильнее.

435 млн литров

годовая потребность
автотранспорта РФ
в моторных маслах

5(13) место

ТНК Magnum

Штаб-квартира — Москва
Оборот — 688 млрд руб. (ТНК-ВР, 2013 г.)
Число сотрудников — 60000 (ТНК-ВР, 2013 г.)

Бренд Magnum компания ТНК выпустила на рынок в 2006 г., тщательно отобрав из 544 вариантов путем тестирования на потребителях, работниках СТО и автомагазинов. В 2012 г. ТНК вошла в состав «Роснефти», включая и отделение «ТНК смазочные материалы».

Газпром

стал крупнейшей энергетической компанией в мире

По данным рейтинга S&P GlobalPlattsTop 250 GlobalEnergyCompanyRankings 2017 года, Газпром превзошел нефтегазовый гигант ExxonMobil по ключевым параметрам и стал энергетической компанией номер один в мире.

Рейтинг S&P GlobalPlatts составляется для компаний стоимостью активов которых более 5 млрд долларов и основан на оценке четырех параметров: стоимости активов, доходов, прибыли и доходности инвестированного капитала. ExxonMobil занимал первую строчку рейтинга 12 лет, но в этом году компания заняла 9 место, а Газпром занял первое.

Среди причин смены лидера рейтинга называют то, что компания находится в государственной собственности, занимает ведущее положение в отрасли на европейских газовых рынках и ряд серьезных перемен в энергетическом секторе, в связи с которыми значение сервисных и трубопроводных компаний значительно увеличилось.

В то же время нефтяные компании переживают не лучшие времена, и лучше всего их переживают как раз те компании, которые инвестировали в трубопроводы. Сервисные компании добились еще более высоких результатов.

Немаловажным фактором достижения высоких показателей Газпрома является реализация масел, смазок и технических жидкостей. Дочернее предприятие компании «Газпромнефть — смазочные материалы» поставляет продукцию на конвейеры Даймлер КамАЗ Рус, КЗ Ростсельмаш, КамАЗ, УАЗ (Sollers) и другие крупнейшие промышленные

предприятия. Всего компания производит 500 наименований масел и смазок.

В этом году «Газпромнефть — смазочные материалы» серьезно продвинулся в отрасли смазочных материалов с запуском производства базовых масел III группы на нефтеперерабатывающем заводе в Ярославле («Славнефть-Ярославнефтеоргсинтез», половина продукции будет принадлежать «Роснефти», тоже акционеру предприятия).

В 2016 году «Газпромнефть — смазочные материалы» реализовал 542 тыс. тонн продукции, более 50% которой — современные масла премиального уровня. Производство синтетических масел позволит компании существенно нарастить объем продаж и усилить свое присутствие на рынке.

Газпром, запуская производство в Ярославле, следует в русле передовых мировых тенденций, так как мировой рынок смазочных материалов движется в направлении синтетических масел, потому что они превосходят минеральные (I и II группы) по своим характеристикам и больше подходят для современных двигателей. Отличительная черта проекта производства — создание базового бренда G-Base, соответствующего международным стандартам.

На заводе в Ярославле будет выпускаться 100 тыс. тонн масел

Мировой рынок движется в сторону производства синтетических масел. Производство масел III группы позволит Газпрому закрепить свои позиции на рынке и значительно их расширить в будущем.

Цитата



Роман Зимовец

Заместитель генерального директора «Газпромнефть — смазочные материалы» по маркетингу и стратегическому развитию

«Мы выбрали оптимальную стратегию — для бренда G-Base мы получаем одобрения тех производителей, которые покрывают наибольшую часть рынка. Таким образом мы прописываем его в семье аналогичных мировых продуктов».

в год, а к 2021 году производство масел групп II, III и III+ в объеме 220 тысяч тонн будет запущено на Омском НПЗ. В конечном итоге, это позволит покрыть собственные потребности, занять большую долю российского рынка и стать экспортерами базовых масел группы III на международный рынок. 



WHEN
PERFORMANCE
MEETS
PRECISION

// ДВА БРЕНДА. ДВА ХАРАКТЕРА

Так много граней.
Одна цель.

Откройте для себя
мощь и стратегию NGK|NTK.

*Когда производительность и точность работают вместе.



IGNITION
PARTS



VEHICLE
ELECTRONICS



«Роснефть», одна из крупнейших добывающих компаний в мире, стремится также завоевать значительную долю на рынке нефтепереработки. Объем производства моторных масел компании будет расти.

МИЛЛИОН ТОНН РОСНЕФТИ

В 2018 году планируемый объем производства масел и сопутствующей продукции Роснефти достигнет более миллиона тонн.

По собственному прогнозу компании Роснефть в 2018 году общий объем производства масел и попутной продукции составит более миллиона тонн, при этом доля масел в общем объеме производства составит около 70%, более 800 тыс. тонн.

По итогам 2016 года объем производства компании составил порядка 850 тыс. тонн, а доля продукции Роснефти на внутреннем рынке составила 66%.

Объемы производства могут существенно измениться в последующие годы, когда планируется ввести в эксплуатацию новые мощности по производству базовых масел II и III групп.

Тем временем, Роснефть выводит на рынок новую линейку моторных масел для легкового и коммерче-

ского транспорта RosneftMagnum и RosneftRevolux, которые выпускаются на мощностях компании в Рязани и Ангарске.

Масла Magnum Ultratec имеют одобрения Mercedes, Volkswagen, Renault, Porsche. RosneftRevolux предназначены для эксплуатации на коммерческих транспортных средствах.

На презентации новой линейки моторных масел генеральный директор «РН-Смазочные материалы» Андрей Кравец заявил: «Новая линейка масел уже производится на заводах «Роснефти» в Рязани и Ангарске. Специально для этого на предприятиях проведена полная модернизация. В дальнейшем планируется запустить производство масел второй и третьей групп в Новокуйбышевске».

Напомним, по итогам трех кварталов 2017 года объем нефтепереработки компании Роснефть составил 28,3 млн тонн, при этом показатели переработки на российских НПЗ компании увеличилась на 16,1% к показателям аналогичного периода прошлого года, до 25 млн тонн.

По итогам периода с января по сентябрь 2017 года выручка компании Роснефть увеличилась на 22,9% в рублевом выражении и достигла 4 305 миллиарда рублей. Чистая прибыль за 9 месяцев 2017 года составила 152 миллиарда рублей, что на 19 миллиардов больше, чем в аналогичный период прошлого года.

В 2017 году компания развивается в направлении поэтапной полной автоматизации материальных потоков розничной сети, введение контрольных процедур в торговых системах нефтебаз и АЗК. 

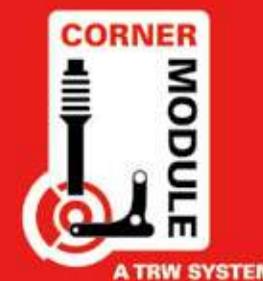
TRW – Safety



Миссия: Завершена.
CORNER MODULE.

Как ведущий партнер автомобильной промышленности, мы предлагаем уникальную концепцию «Corner Module», объединяющую комплекс технологий: тормозную систему, рулевое управление и подвеску.

Благодаря новому ассортименту амортизаторов, пружинных рессор и защитных комплектов TRW, производимых на специализированном заводе в Европе, вы и ваши клиенты можете рассчитывать на качество продукции и технологические ноу-хау ведущего производителя оригинального оборудования. Узнайте больше о концепции «Corner Module» у местного представителя TRW или на нашем сайте.



www.trwaftermarket.com/cornermodule

Тормозная система. Рулевое управление. Подвеска



Сверхэкономичный грузовой автомобиль от AirFlow и «Шелл»

Сокращение общих расходов и повышение эффективности бизнеса остаются одними из наиболее актуальных задач в сфере грузоперевозок. Именно поэтому концерн «Шелл» и компания AirFlow Truck Company объединили свои усилия и занялись разработкой уникального «грузовика будущего» под названием Starship («Звездолет»).

Особую роль в обеспечении энергоэффективности автомобиля сыграют улучшенные аэродинамические свойства кузова, а также современные смазочные материалы «Шелл». Концепт грузовика будет представлен в 2018 году.

«Данный проект позволяет продемонстрировать лидирующие позиции «Шелл» в сфере инновационных разработок и энергоэффективности в такой динамично развивающейся отрасли, как грузоперевозки. Мы стремимся оставаться в числе технологических лидеров, сотрудничая с такими компаниями, как AirFlow и другими производителями, разрабатывая креативные решения, которые будут полезны для общества еще долгие годы», — отмечает Сельда Гюнсель, вице-президент «Шелл» по технологиям.

Стремление существенно снизить расход топлива для грузовых автомобилей и автоприцепов класса 8 — довольно сложная задача, учитывая размеры и традиционную конструкцию. Принимая во внимание будущие изменения в нормах расхода топлива и неизменную потребность повышать экономичность его расходования, концерн «Шелл» уделяет особое внимание концепции целостного подхода к решению поставленной задачи. Это подразумевает совершенствование технологий производства двигателей и трансмиссии, использование синтетических смазочных материалов низкой вязкости, разработку аэродинамического дизайна, применение рациональных методов вождения и многое другое. Во время испытаний моторных масел и дру-

гих смазочных материалов концерн «Шелл» в реальных условиях старается найти самые оптимальные методы повышения эффективности работы всех компонентов грузового автомобиля.

Процесс совместной разработки

Партнерство с AirFlow Truck Company является частью стратегического сотрудничества, инициированного подразделением концерна «Шелл» с целью поощрения проектов совместных инженерных разработок. Частью этого процесса является работа с другими компаниями над созданием комплектующих и расходных материалов для повышения экономичности расхода топлива и прочих показателей работы различных механизмов. В рамках данного проекта команда специали-

AVTOSTANDART
Сделано в России



МЫ ГАРАНТИРУЕМ НАДЕЖНОСТЬ РАБОТЫ
И ВАШУ БЕЗОПАСНОСТЬ
ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НАШИХ ДЕТАЛЕЙ

8 (8482) 55-90-10

avtostandart-llt.ru

Цитата



Дэн Арси

технический директор глобального подразделения по работе с производителями двигателей «Шелл»

«При разработке грузового автомобиля следующего поколения мы можем на деле протестировать некоторые из наших последних инновационных моторных масел в автомобилях нового поколения и получить ценные данные, которые сможем использовать при создании моторных масел с низкой вязкостью без ущерба для их эксплуатационных характеристик».

стов концерна «Шелл» предоставляет технические консультации по работе двигателя и трансмиссии, а также рекомендации по использованию смазочных материалов для грузового автомобиля Starship.

«Этот технический союз и сама возможность тесного сотрудничества при разработке грузового автомобиля следующего поколения от AirFlow невероятно увлекательны, особенно учитывая тот факт, что мы можем на деле протестировать некоторые из наших последних инновационных моторных масел в автомобилях нового поколения и получить ценные данные, которые сможем использовать при создании моторных масел с низкой вязкостью без ущерба для их эксплуатационных характеристик», — отмечает Дэн Арси, технический директор «Шелл» глобального подразделения по работе с производителями двигателей.

От тележки до футуристического автомобиля

Появлению аэродинамичных тягачей нового поколения Starship предшествует долгая история совершенствования грузовых автомобилей. Точкой отсчета следует считать 1896 год, когда Готтлиб Даймлер

представил машину с двигателем внутреннего сгорания для перевозки грузов. Новинка была похожа на телегу, а водитель на кучера. Впрочем, внешний вид и технические составляющие грузовика быстро совершенствовались — и он довольно быстро обрел схожие черты с нынешними капотными машинами, в частности появились закрытые кабины, а бортовая платформа до сих пор является базовым типом кузова. Уже в 1923 году предприятие Карла Бенца создало первый грузовик с дизельным двигателем.

Внешний вид грузовых автомобилей менялся в зависимости от предназначения. Кроме бортовых грузовиков были изобретены фургоны и тягачи. К тягачам стали присоединять прицепы или полуприцепы для транспортировки грузов. Особое внимание инженеры со всего мира уделили аэродинамике — увеличили наклон лобового стекла, придали более обтекаемый вид кабине, между кабиной и кузовом установили аэродинамические обтекатели и закрылки. Помимо стандартных решений, ряд компаний стал разрабатывать уникальный дизайн грузовиков для улучшения аэродинамики.

Так, AirFlow Truck Company создала 2 модели аэродинамичных тягачей класса 8 с полуприцепом, демонстрирующих низкий расход топлива — первую в 1983 году, а вторую в 2012 году. Последняя получила название Bullet Truck («Пуля») и сегодня используется для дальних перевозок грузов с полной массой автомобиля 29 483 тонн при рекордном среднем показателе экономичности расхода топлива на уровне 19,09 литров на 100 км.

Когда тяжелым грузовикам легко

В то же время не останавливалось и совершенствование смазочных материалов. Пионером в этой области выступает концерн «Шелл», чьи моторные масла для коммерческого транспорта хорошо известны еще в середине XX века. Прогресс в производстве смазочных материалов тогда был обусловлен рядом ключевых инноваций. Основная

из них — старт в 1960 году производства внесезонных моторных масел, сохраняющих вязкость на постоянном уровне в широком диапазоне температур и не требующих замены зимой и летом. Затем, в 1966 году, было достигнуто улучшение моющих свойств моторных масел. Но основной прорыв в сфере производства смазочных материалов для коммерческого транспорта датирован 1980-ми годами, именно тогда, появились моторные масла, сохраняющие вязкостные характеристики на протяжении всего интервала замены.

Следующий этап развития смазочных материалов связан с ужесточением экологических норм в 1990-х годах, когда производители моторных масел продолжили успешную борьбу за увеличение интервалов замены моторного масла. Это дало толчок для становления новой эры моторных масел в 2000-х годах. Так, в 2004 году концерном «Шелл» было запущено серийное производство полностью синтетического моторного масла Shell Signia. Важность этой даты заключается в особенных свойствах синтетических масел — они лучше минеральных защищают двигатель от износа, высоких температур и могут быть использованы в течение более длительного срока эксплуатации.

В 2008 году моторные масла «Шелл» для тяжелонагруженных дизельных двигателей становятся известными под названием Shell Rimula, а в 2010 году концерн проводит совместные испытания с производителями грузовиков, в том числе Daimler, позволившие в реальных условиях эксплуатации продемонстрировать отличные защитные свойства Shell Rimula. На данный момент последней главой инноваций «Шелл» в области моторных масел для большегрузов стала презентация в 2017 году моторного масла Shell Rimula с технологией Dynamic Protection Plus. Это комбинация полностью синтетического базового масла и пакета адаптивных присадок, позволяющая обеспечить максимально эффективную работу современных дизельных двигателей грузовиков. ■



ТОПЛИВНЫЕ ФИЛЬТРЫ



МАСЛЯНЫЕ ФИЛЬТРЫ



САЛОННЫЕ ФИЛЬТРЫ



ВОЗДУШНЫЕ ФИЛЬТРЫ



ЩЕТКИ СТЕКЛООЧИСТИТЕЛЕЙ
КАРКАСНОГО И БЕСКАРКАСНОГО ТИПА



ТОРМОЗНЫЕ КОЛОДКИ

ШИРОКИЙ ВЫБОР АВТОЗАПЧАСТЕЙ ДЛЯ ИНОМАРОК ОПТОМ

Поставка запчастей GoodWill для российских, японских, европейских, американских и азиатских автомобилей. Гарантия отменного качества по самым выгодным ценам. География поставок охватывает всю территорию России и страны ближайшего зарубежья. Оптовые поставки запчастей для автомобилей любых марок возможны в самые сжатые сроки. Удобные варианты доставки.

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ

+7 (495) 651-09-58

+7 (495) 662-84-29 (многоканальный)

www.goodfil.com

МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ РЕШИТЬ ЛЮБУЮ ЗАДАЧУ

От качества продукта к качеству опыта потребителя

Текст: Михаил Милошевич

Дигитализация продаж и трибохимические технологии для современных машин стали центральными темами VIII «Международной недели смазочных материалов», состоявшейся в Москве в октябре.

Большинство докладов строились вокруг решений конкретных компаний. В этом смысле особняком стоят презентации двух российских аналитиков, построенные вокруг ситуации на рынке в целом.

Обзор рынков автомобильных масел России и СНГ сделал Виктор Пушкарёв, руководитель проектов аналитического агентства «Автостат». По данным тольяттинских аналитиков, главным вектором остаётся умеренный рост ёмкости данного рынка. Применение синтетических моторных масел, напротив, растёт динамично. Усиливается конкуренция, всё быстрее обновляются и сами продукты, и методы их продвижения. Расширяется список производителей автохимии, получающих статус поставщика OEM/OES.

Обновление российского автопарка несёт в себе определённые риски для российских производителей, делающих ставку на полусинтетические масла и в этом сегменте имеющих сильное ценовое преимущество. Однако автопроизводители постепенно переходят на синтетические масла, а тут разрыв цен на импорт и домашний продукт не так велик.

Потребление иностранных масел будет расти быстрее отечественных во всех сегментах, кроме автобусов, подтверждает Татьяна Арабаджи, дирек-

тор маркетингового агентства Russian Automotive Market Research. В целом потребление моторных масел в следующие 5 лет будет в среднем прирастать на 7% ежегодно в сегменте легковых авто, на 10,7% в LCV, 10,5% в грузовых, 11,5% в автобусах.

В настоящее время российский рынок автомасел занят импортными продуктами на 45%, подсчитали в «Автостат». В 2016 г. таможня зарегистрировала иностранные масла 197 брендов.

При этом в небогатых странах российская нефтехимия становится популярнее. В 2016 г. экспорт из России в этой сфере вырос на 17% (импорт только на 1%) и в целом экспорт масел заметно превысил импорт (337 тыс. тн против 216 тыс. тн). Беларусь, Казахстан, Украина и Турция — крупнейшие потребители российских продуктов.

Спорным выглядит предсказанный агентством Russian Automotive Market Research тренд на увеличение доли дизельных масел. Успели ли аналитики учесть, что в последний год в развитых странах нарастало давление на автопроизводителей с целью полного отказа от дизеля?

А вот активная газификация коммерческого транспорта очевидна. Если текущий курс правительства сохранится, сегмент соответствующих масел будет увеличиваться.

Масло в «цифрах»

На качественном уровне автохимическая отрасль развивается по двум основным векторам.

Первый можно кратко назвать «дигитализация». Ключевые тренды — освоение электронной коммерции и всё более активное использование численных данных для повышения эффективности бизнеса.

Второй вектор — технологический. Экологизация автотранспорта неизбежно ведёт к переходу на маловязкие масла в биоразлагаемой или перерабатываемой упаковке, и даже к постепенному отказу от моторных масел в пользу пластичных смазок.

На конференции хватало презентаций и технологического, и маркетингового плана — хочется отметить хорошую работу организаторов, сумевших сбалансировать оба направления.

Заметим, что «Международная неделя смазочных материалов» — это, по факту, 4 конференции под одним «зонтиком»: «Производство и рынок смазочных материалов», «Рынок СНГ: базовые масла и смазочные материалы», «Пластичные смазки» и «Infinium Trends — 2017: поиск решений». Технологи, маркетологи, закупщики — все могли сосредоточиться на интересной себе тематике.

Автономные отопители Eberspächer КОМФОРТНАЯ РАБОТА В ЛЮБОЙ МОРОЗ!



Автономный отопитель Eberspächer это:

- Надежный запуск двигателя и прогретый салон
- Экономия топлива, денег и времени
- Увеличение срока службы двигателя



Акционерное общество
«Эберспехер Климатические Системы РУС»
ул. Верхняя Красносельская 2/1, стр.1
тел.: +7 (495) 212-05-90

Обособленное подразделение
«Эберспехер - Северо-Запад» АО «ЭКСП»
г. Санкт-Петербург, ул. Магнитогорская 30, лит. Б
тел.: +7 (812) 448-07-06

Обособленное подразделение
«Эберспехер - Поволжье» АО «ЭКСП»
г. Нижний Новгород, ул. Коновалова 21
тел.: +7 (831) 212-37-81

www.eberspaecher.ru

Телефон единой справочной: 8 800 200 32 37

(звонок по России бесплатный)

 Eberspächer



Продать новое, избавиться от старого

Кто не знает Alibaba.com? Все знают. А могут ли российские компании преуспеть на крупнейшей торговой площадке мира? Могут, утверждает Дмитрий Хаскель, специалист российского представительства Alibaba.com. Торговля базовыми маслами и компонентами для них в китайском Интернете развита, успех определяется не национальностью, а грамотным маркетингом. Свои рекомендации Дмитрий подкрепил примером успешного старта масел Luxe на Alibaba.com.

В следующие 5 лет в продажах и маркетинге произойдёт больше изменений, чем в предыдущие полвека, прогнозирует Павел Вертипорох, представитель консалтинговой компании COMPROT. Дигитализация изменит само восприятие потребителем бренда — меньше внимания будет уделяться физическому продукту, больше эмоциональному опыту.

Образцом успешной дигитализации автобизнеса специалист считает программу техобслуживания Audi, активно использующую смартфоны автовладельцев для коммуникаций. Но проблема в том, что только каждая четвёртая организация так же активно, как Audi, реагирует на новые вызовы, отметил Павел. Пассивность компаний-старожилов привела их в зону риска, до 40% из них будут вытеснены новыми игроками.

С нововведениями в сфере сбора и транспортировки отходов масла и нефтепродуктов ознакомил аудиторию Давид Есян, президент СРО «Ассоциация рециклинга отходов». Таковых нововведений немало введено в Год экологии: расширенная ответственность производителя, новые нормативы утилизации и лицензирования деятельности, изменённая отчётность о выполнении нормативов, введение экологического сбора.

Все эти изменения несут в себе как риски дополнительных затрат для игроков рынка, так и возможности извлечения дополнительной прибыли. Давид Есян утверждает, что участие в саморегулируемых организациях обеспечивает предприятиям «приемлемый баланс выполнения нормативов утилизации и уплаты экологического сбора».

А после дигитализации?

«Международная неделя смазочных материалов» в Москве считается важным событием трибохимической отрасли. Мы отметили, что ряд международных концернов не только прислали сюда своих иностранных специалистов, но и выпустили пресс-релизы на английском языке.

В этом году в конференции приняли участие более 630 делегатов от примерно 210 компаний — производителей смазочных масел, присадок, смазок и СОЖ, транспортные компании, крупные потребители смазочных материалов. Треть из них были из стран дальнего зарубе-

жья. Присутствовали ExxonMobil, Afton Chemicals, BASF, Chevron и другие концерны.

Отметили мы и присутствие автопроизводителей — Porsche Engineering, Ford Sollers, КамАЗ, АвтоВАЗ и «Автодизель».

37% участников имели статус топ-менеджеров, ещё 22% — маркетологи и снабженцы. Четвёрку наиболее частых профилей деятельности представленных компаний образуют ВИНК (23%), производители смазочных материалов (31%), инжиниринг (22%) и торговые компании (13%).

Всё время, пока шли нон-стопом доклады, в соседнем зале работала отраслевая выставка. Если не все доклады вам были интересны, можно было с пользой провести время, знакомясь с продуктами и налаживая бизнес-контакты.

Когда схлынет ажиотаж вокруг дигитализации, рост отечественной трибохимии упрётся в другие вопросы — восстановление, переработку и утилизацию отработанных моторных масел, локализацию высокотехнологичных присадок. Мы считаем, что в 2018 году стоит включить эти вопросы в программу «Международной недели смазочных материалов».

Но это лишь небольшая корректировка. А в целом 4-дневная программа конференции получилась практичной и сбалансированной. Нам остаётся пожелать, чтобы в будущем она сохранила нынешний профиль и уровень организации. 

СИБЕК

Производство профессионального оборудования для автосервиса

Россия, Омск, ул. 20-я Северная, 107.
Телефоны: +7 (3812) 97-22-70
Факс: +7 (3812) 66-02-38

Электронная почта: sales@sibek.ru

Сайт: sibek.ru

Эльф-П

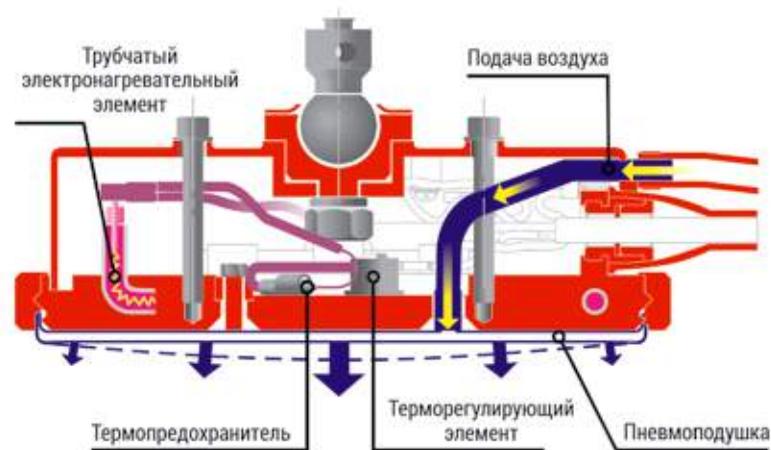
вулканизатор предназначен для ремонта грузовых шин диаметром до 22,5 дюймов

ПРЕИМУЩЕСТВА вулканизатора от «СибЕК»:

- 1 Изменяемая геометрия поверхности нагревательных элементов.
- 2 Блок автоматического управления со встроенным электронным таймером и пневмолифтом рабочей скобы.
- 3 Пневматический привод.
- 4 Удобство в работе и качественный ремонт шин камер.



ТЕХНОЛОГИЯ ИЗМЕНЯЕМОЙ ГЕОМЕТРИИ



Баланс

ЦЕНЫ И МОЩНОСТИ

Группа компаний «Автомотив» предоставила результаты испытаний 6 моделей аккумуляторов, предназначенных для азиатского модельного ряда, от 4 разных производителей. В отличие от других аналогичных тестов, новосибирские специалисты учли, что в современном автомобиле стартерная батарея всё в большей степени несёт функцию тягового аккумулятора. И соответствующим образом освежили методику испытаний.

Название «стартерная аккумуляторная батарея» говорит о ее предназначении: запуск двигателя, и желательно при любых погодных условиях. Поэтому её основными параметрами считаются мощностные характеристики и выносливость. Их обычно прежде всего и рассматривают при выборе батареи.

Однако мы знаем, что в современном автомобиле аккумулятор питает множество устройств, причём значительную часть из них в постоянном режиме. Это влияет на его способность выполнять первую и главную задачу. Стартерная аккумуляторная батарея в наши дни должна запускать, а потом в паре с генератором обеспечивать питание энергией бортового электрооборудования автомобиля — по сути, объединяя как стартерные, так и тяговые функции.

Раз так, то при выборе дополнительно нужно оценивать способность батареи к восстановлению. Что и проделали специалисты «Автомотив» с несколькими моделями аккумуляторов. Авторы исследования — сибиряки — выбрали аккумуляторы в азиатском исполнении, как более популярные за Уралом. Результаты, конечно, будут актуальны для специалистов всех регионов России.



Справка

Если вы читали предыдущие номера **ai**, то вам знакома компания «Автомотив» и ее оптовое подразделение «План Т». Изюминка «Автомотив» — сеть магазинов АКБ, каждый из которых, по сути, является мощной лабораторией, оснащенной необходимым оборудованием и специалистами для полноценного обслуживания аккумуляторов. Оптовая компания «План Т» предлагает более 1000 моделей АКБ, а ее специалисты могут оказать партнёрам самую детальную поддержку и помощь в подборе линейки аккумуляторов для вашей витрины. Тот факт, что они поделились с нами результатами испытаний, говорит о том, что «Автомотив» заботится не только о грамотности собственных специалистов, но и об общем уровне профессионализма на рынке.

Трактуя результаты, следует помнить такой нюанс. Для теста «Автомотив» выбрал не среднечисловые продукты, а одни из луч-

ших в своей группе. Поэтому даже «неудачник» AlphaLINE Ultra UMF 95D23L на самом деле имеет отличные характеристики.

Navigator nano S и IDC5 CAR Light

Один из лучших диагностических приборов для вашего СТО!



Диагностические решения TEXA гарантируют непревзойдённую скорость и эффективность среди мультимарочных приборов. Прибор Navigator nano S и программное обеспечение IDC5 CAR Light станут незаменимыми помощниками для всех диагностов, отличаясь высокой практичностью и многофункциональностью, благодаря широчайшему покрытию по транспортным средствам.



www.texa.ru

TEXA

Что ещё сказать? Из 6 выбранных АКБ один сделан европейским, остальные — корейскими производителями. Победила европейская модель, несмотря на довольно скромную цену. Об остальных результатах судите сами.

Всё по ГОСТу

Сибирские коллеги предложили сравнить аккумуляторы по ряду величин: розничная цена, фактическая резервная ёмкость, мощность при запуске, а также способность к восстановлению для повторного запуска. За каждый параметр аккумуляторы получают от 1 до 6 баллов, в порядке улучшения характе-

ристик. Затем для каждой модели вычисляется итоговый балл суммированием этих оценок.

Если отбросить цену, то параметры, которые вы видите в таблице, получены в ходе двух лабораторных тестов, проведённых по методике ГОСТ.

В первом тесте были определены параметры нагруженной АКБ и скорость восстановления характеристик для повторного запуска двигателя. Для этого АКБ нагружали током силой 50% от заявленного в течение 15 секунд, имитируя пуск, и в конце измеряли напряжение. Затем давали батарее 30 секунд на восстановление и делали повторный замер напря-

жения на клеммах (Унрц в таблице) при разомкнутой цепи. Чем выше последний параметр, тем выше способность батареи к восстановлению.

Во втором тесте определялась резервная ёмкость АКБ: батарею разряжали током 25 А до падения напряжения на полюсных выводах до 10,5 В, фиксируя время разряда.

Можно ли еще улучшить методику? По-видимому, да. Все испытания данного проекта проводились при комнатной температуре. Между тем, интересно было бы оценить ухудшение характеристик при понижении температуры до значений, характерных для русской зимы.

Кто есть кто?

ТАВ

В Словении, на родине ТАВ, свинец добывают более 350 лет. В наши дни компания объединяет 2 завода в Словении (мощность 1,8 млн ед. в год) и один в Македонии (1,5 млн) и выпускает продукцию под брендами ТАВ, Vesna, Topla и Moratti.

AlphaLINE

Линейка необслуживаемых аккумуляторов AlphaLINE производится корпорацией Atlas BX, входящей в «большую четверку» производителей АКБ Южной Кореи. Мощность концерна — более 15 млн АКБ в год. Atlas BX стал первым производителем необслуживаемых батарей в Корею и вторым из мировых производителей применил технологию штамповки решеток.

Joker

Кальциевые обслуживаемые аккумуляторы JOKER выпускаются Sebang Global Battery — крупнейшим производителем стартерных АКБ в Корею. Компания была и остается лидером по импорту АКБ в РФ из Южной Кореи, с учетом поставок на первичный рынок.

СЕНЕ

СЕНЕ — премиальный бренд, изначально предназначавшийся для рынка Японии. Принадлежит он корейской компании Delkor, ныне принадлежащей Johnson Controls. Delkor входит в тройку крупнейших местных производителей АКБ, оперируя двумя заводами мощностью около 10 млн АКБ в год. А его батареи считаются наиболее надёжными среди корейских.

Параметры	Alphaline Ultra UMF 95D23L	Alphaline SD MF 85D31L	Alphaline EFB SE 90D23L	Joker MF 75D23L	СЕНЕ 80D23L	TAB Polar Asia 65.0
Страна производитель	Корея	Корея	Корея	Корея	Корея	Словения
Цена розница (руб.)	6900	5900	8900	5450	7900	6500
Ёмкость (С), Ач	78	70	65	65	70	65
Резервная ёмкость зявл./замер в мин.	125/134	120/140	110/128	нет/126	120/110	нет/167
Унрц при +25°C, V	12,90	12,90	12,91	12,90	12,85	12,86
Унрц при +25°C после 50% нагрузки (15 сек)/ через 30 сек, V	10,4/ 12,74	10,65/ 12,78	10,81/ 12,62	10,6/ 12,86	10,8/ 12,75	10,7/ 12,79
Iхп при +25°C (Заявлен) Замер. А	(750) 768	(620) 696	(670) 876	(580) 637	(600) 732	(650) 774
Вес (заявлен) в кг	16,4 (16,8)	15,7 (16,3)	16,7 (17,2)	15,4 (16,1)	16,2 (16,6)	15,0 (15,4)
Уровень электролита	Нет доступа	Нет доступа	Нет доступа	25 мм	Нет доступа	Нет доступа
«+» пластины	Панчинг	Панчинг	Панчинг	Экспандер	Панчинг	Экспандер
«-» пластины	Экспандер	Экспандер	Панчинг	Экспандер	Экспандер	Экспандер
Баллы	10	17	11	16	11	19
МЕСТО	6	2	4	3	4	1

Все проверки проводились не ранее чем через 1 ч и не позже чем через 5 ч после заряда АКБ в соответствии с п 8.2 ГОСТ Р 53165-2008



Мы делаем планету ярче

Автомобильные лампы 12/24 В



ООО «Электроприбор» г. Екатеринбург, т. (343) 263-90-80
info@epribor.com, www.epribor.com

www.keptm.ru

Российские компании имеют неплохой выбор внешнеторговых «окон»: Петербург, Мурманск, Новороссийск, Астрахань, Владивосток, Биробиджан - список можно продолжать. Проблема в том, что пока это выбор меньшего из зол.



Россия

налаживает международные перевозки

Текст: Роман Назаров

Подняв на щит идею «экспортной ориентации экономики», правительство РФ столкнулось с необходимостью налаживать международные перевозки. Раньше этот вопрос уже пытались решить, но без особого прогресса. Удастся ли на этот раз?

По данным отраслевых экспертов, 54% потребности в моторных маслах для легковых автомобилей покрывается импортными продуктами. Уже эта единичная цифра показывает, насколько актуален вопрос международных перевозок для всего российского автобизнеса, от автозаводов до мелких предпринимателей.

А вот второй факт: два из трёх крупнейших производителей автомобильных масел в России — «Лукойл» и «Газпром-нефть» — экспортируют более 20% производимой продукции. Экспорт данной группы из России в 2016 г. вырос на 17% и составил 337 тыс. тн.

Это знают все. Как знают и то, что сфера перевозок входит в список проблемных; споры вызывает лишь то, с какой стороны хвататься за эти Авгиевы конюшни. Даже не касаясь несовершенства таможенного контроля, можно долго перечислять проблемы: дисбаланс экспорта и импорта, недостаточная обеспечен-

ность терминалами, высокие цены на автомобили и финансовые услуги, неразвитый механизм господдержки перевозок — и это далеко не всё.

Большинство проблем стары настолько, что мы уже не замечаем, какие странные парадоксы попадают в российской логистической практике.

Например, перевозка грузов между Россией и Индией преимущественно происходит через Суэцкий канал с разгрузкой в Санкт-Петербурге. Часто российские компании выбирают операции через реэкспортные агентства в Гамбурге и Дубае — так надежнее. И без карты можно прикинуть, какой солидный крюк приходится при этом делать.

В 2 раза сократить время и стоимость перевозки мог бы транспортный коридор «Север — Юг», пролегающий через территорию Ирана, по Каспию и Волге. Его создание началось в 1999 г., однако в силу международной изоляции Ирана

проект был практически заброшен.

Что касается терминала в Новороссийске, то он имеет дурную славу длинных очередей, даже по российским меркам. Типичный случай: директор одной российской компании, экспортирующей авто-товары в Египет, только фыркнул в негодовании, когда мы задали ему вопрос про маршрут через Чёрное море.

Но и морские перевозки через Петербург неэффективны. Доставка товаров в Европу грузовиками оказывается на 1,5 месяца быстрее, чем по морю, как отметил на форуме «АвтоЭволюция» губернатор Калужской области Анатолий Артамонов. Он оговорился, что такая ситуация абсурдна.

Последняя из перечисленных проблем касается и внутренних перевозок. В товарообмене между центром России и Сибирью у РЖД, казалось бы, все карты в руках, но большинство автомобильных компаний предпочитают «фуры» — это быстрее, безопаснее и дешевле.

«Грузовая деревня» — Китай

Никудышная политика госрегулирования в области грузовых перевозок — одна из наиболее часто называемых причин этих парадоксов. Тут, впрочем, есть хорошие новости: текущий экономический кризис, пусть и не сразу, мотивировал государство усовершенствовать правила игры — более того, даже предложить пакет услуг для автобизнеса, желающего торговать на внешнем направлении.

Правительство внимательно взглянуло на современный «интер-транс» после того, как в середине 2016 г. был объявлен официальный курс на экспортную ориентацию российской промышленности.

В сентябре 2017 г. на форуме «АвтоЭволюция», посвящённом

развитию автобизнеса, тема международной логистики была одной из центральных. Мы услышали, что было сделано в этом вопросе за год и что будет сделано в обозримом будущем.

Большинство уже реализованных проектов в данной сфере связаны с группой компаний Российского экспортного центра. Часть из них — это финансовые инструменты поддержки (в частности, льготное страхование и перестрахование международных перевозок оказалось в числе самых востребованных инструментов РЭЦ), остальные — инфраструктурные проекты.

Один из первых реализованных при поддержке РЭЦ инфраструктурных проектов связан с перевозками между Россией и Китаем. С апреля 2017 г. из «грузовой деревни» в Ворсино Калужской области — недавно открытого мультимодального терминала мощностью до 350 тыс. контейнеров в год — начата регулярная отправка контейнерного поезда в города Далянь, Шилун и Чэнду. По словам директора РЭЦ Петра Фрадкова, проект ускоряет доставку в КНР в 2–3 раза при сопоставимой стоимости, упрощает оформление грузов и расширяет географию поставок в Китай.

Рассматриваются и другие восточные маршруты. Ведутся подготовительные работы по налаживанию обратного направления — импортного. Кроме того, есть планы по организации аналогичного поезда в Европу, но пока, как объясняет глава региона Анатолий Артамонов, мешает «негибкая тарифная политика».

Другие важные изменения, которые пока только готовятся, кратко анонсировал на «АвтоЭволюции» председатель комитета по транспорту Госдумы Евгений Москвичёв: будет новый закон о грузовых пере-

Цитата



Евгений Москвичёв
председатель
комитета по транспорту
Госдумы

«Мы работаем над тем, чтобы наши перевозчики покупали и получали в лизинг автомобили по невысоким ценам».

возках и программа развития железных дорог, а также борьба с разной ценовой политикой на грузовики в разных странах. Депутат предрёк конец доминированию европейских перевозчиков на российских дорогах. «Мы работаем над тем, чтобы наши перевозчики покупали и получали в лизинг автомобили по невысоким ценам», — сказал он.

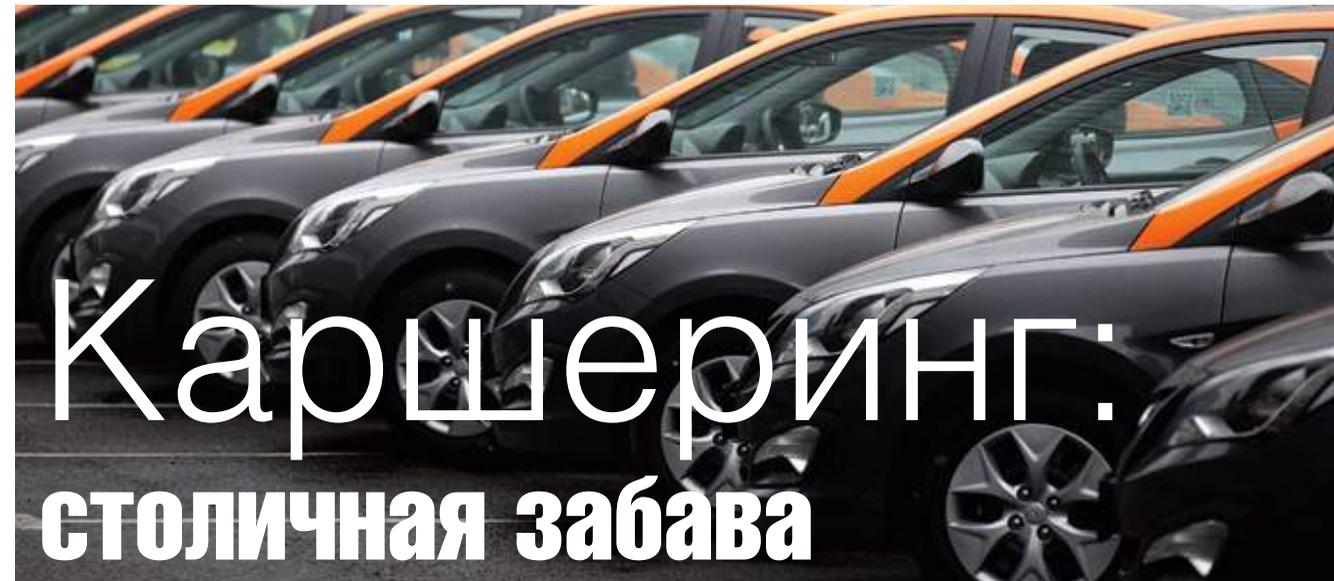
Малый бизнес задела по касательной

Представители правительства говорят, что хотели бы развивать малый бизнес, но признают, что созданный инструментарий пока для него мало пригоден.

Впрочем, сама по себе ориентация России на экспорт выгодна импортёрам, в том числе мелким. Она сулит если не повышение качества перевозок, то хотя бы снижение их стоимости. По недавним данным, до 80% грузового транспорта и более 90% контейнеров из России уезжали за границу пустыми. Фактически, импортёр оплачивал двойной путь транспорта.

Но вот в мае этого года, как заявил Евгений Москвичёв, перевозимый автомобилями экспорт «впервые стал больше импорта». Если экспорт промтоваров будет развиваться, торговый дисбаланс уменьшится и доля порожних рейсов сократится, а вслед за ним и цены у перевозчиков, вероятно, просядут.

Только бы пошлины на ввоз автомобильных товаров не повысили. Но это уже другая тема. ■



В России действуют несколько каршеринговых проектов, крупнейший из которых московский «Делимобиль», 59% в котором принадлежит итальянскому предпринимателю Винченцо Трани.

Каршеринг один из самых молодых рынков в России, перспективы которого пока не ясны

По данным столичного департамента транспорта в Москве действуют ещё провайдеры Car5, YouDrive, AnyTime, BelkaCar. BelkaCar второй по количеству автопарка каршеринговой провайдер.

Суммарный автопарк каршеринговых компаний более 1,6 тыс. автомобилей. Количество зарегистрированных пользователей услугами каршеринга около 300 тыс. человек. По официальным данным, количество поездок с сентября 2015 по конец 2016 года достигло примерно 1,3 млн.

Каршеринг дошел и до Санкт-Петербурга, где в 2016 году работают компании «Технологии автоматизации» и «Новые транспортные системы», в этом году начал экспансию «Делимобиль».

«Делимобиль» в 2016 года заявлял о возможном расширении географии бизнеса, с запуском сервиса в Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Новосибирске и других городах-миллионниках.

Насколько реалистичны перспективы развития крупного каршерингового бизнеса в российских городах, кроме Москвы, сказать пока сложно. И в мире эта услуга развивается отнюдь не бурно и только в крупных, плотно населенных, экономически активных городах развитых стран. В таких городах краткосрочная аренда автомобиля, действительно, может быть рентабельнее по сравнению с использованием личного автомобиля.

Исследователи каршеринга в развивающихся странах называют четыре препятствия — пользователи, транспортная инфраструктура, государственное регулирование.

В развивающихся странах собственный автомобиль не просто средство передвижения, а показатель статуса, отказаться от него даже на время автовладельца может только в каких-то чрезвычайных условиях.

Инфраструктура перенаселенных городов требует разгрузки, то есть уменьшения автопарка, а каршеринг предполагает не отказ от автомобиля, а лишь временное пользование другим автомобилем. То есть в реальности это ведет к увеличению городского автопарка в единицу времени и как следствие к росту нагрузки на инфраструктуру.

Гипотетически, государство может быть заинтересовано в том, чтобы развивать каршеринг одновременно сокращая парк автомобилей в личном пользовании. Но это возможно только в самых передовых странах, в которых автомобиль уже не является показателем статуса владельца, при этом хорошо развита инфраструктура и население серьезно относится к экологическим идеям.

В развивающихся странах, скорее всего, удел каршеринга — оставаться в пределах крупнейших городов, в России это, прежде всего, Москва. А за пределами столицы о каршеринге пока знают преимущественно только по курьезным новостям, как, например, о попавшем в ДТП единственном в стране каршеринговом спорткаре Ferrari F430 Spider. ■

По недавним данным, до 80% грузового транспорта и более 90% контейнеров из России уезжали за границу пустыми. Фактически, импортёр оплачивал двойной путь транспорта

Стратегическое оружие малого бизнеса

Будущее автопрома — это не только «коннективность», «новая мобильность» и «автономное вождение». Мы выбрали несколько перспективных технологий, необходимых автопроизводителям, пригодных для реализации силами малого и среднего бизнеса. Эти технологии — золотой билет для входа на первичный рынок, поскольку конкуренция здесь существенно ниже, чем в традиционных направлениях.



■ Адгезионные составы с возможностью разъединения

Полимерные материалы по большинству характеристик превосходят металлы, но автомобили до сих пор на 90% и более сделаны из стали или алюминия. Причина парадокса в трудностях утилизации. Пластик раскрывает все свои преимущества, если его присоединять на клей, но разборка клеевых соединений с целью утилизации — серьёзная проблема. А по законодательствам большинства развитых стран, перерабатываться должно 92–95% массы автомобиля. Высокопрочные растворимые клеи произведут революцию в применении пластиков и композитов. В частности, это откроет в автопроме широкую дорогу угле- и стеклопластикам. Стартап Mallinda в прошлом году представил связующий состав, растворимый химреагентом. Декомпозиция не требует нагрева и не приводит к выделению токсинов, а разделённые связующий состав и углеволокно можно использовать повторно. Продажи подобных продуктов к 2021 г. в мире составят \$110 млрд.

■ Интернет-сервисы для пассажира и водителя

10 лет назад стоимость автомобиля почти на 100% определялась его внешним видом и ездовыми параметрами. Сейчас 60% его стоимости определяет программное обеспечение, «зашитое» в разные узлы и сервисы для автовладельца. Автопроизводители и поставщики 1 уровня ищут надёжные, многофункциональные и гибкие программы, которые можно легко внедрить в автомобиль. У потребителей наиболее востребованы навигационные, погодные и музыкальные сервисы — до 52% покупателей автомобилей готовы доплачивать за них в той же мере, как за материальные опции. Автопроизводители больше заинтересованы в покупке решений по кибербезопасности. Причинить вред автомобилю можно, не прикасаясь к нему, десятками способов. Потенциально уязвимы системы мониторинга давления в шинах, ABS, сервисы eCall и ЭРА-ГЛОНАСС и многие другие. К примеру, Tesla Motor обещает выплачивать \$10 000 каждому, кто найдёт уязвимости в её ПО и предупредит об этом компанию.

■ Печать проводниками на плёнке

В современном автомобиле наберётся несколько килограммов проводов, а это лишний вес, столь ненавистный автопроизводителям. Условия для революции в данной сфере сформированы. Многие потребители электроэнергии в автомобиле стали до такой степени миниатюрными и экономичными, что необходимость в проводе отпала: его может заменить полоска токопроводящей краски. Печать проводниками по плёнке с целью создания гибких плат и жгутов, похожих на знакомые вам шлейфы в системных блоках компьютеров, будет бурно развиваться. Как иначе объяснить, что аналитики прочат мировому сегменту автожгутов опережающий рост в следующие 5 лет, с нынешних \$43 млрд до \$61 млрд?

■ Электрические и электропневматические приводы

В 2007 году калужское предприятие «Автоэлектроника» стало новатором, даже если судить по мировым меркам, разработав электроусилитель руля для Lada Priora. В то время общеотраслевым стандартом считался гидросилитель и требовалась смелость, чтобы инвестировать в альтернативное решение. Наши инженеры оказались пророками. Электроприводы в усилителях руля и тормозов и в дверных приводах быстро вытесняют гидравлические аналоги. Они меньше весят, экономят топливо. Электроприводы ещё и дешевле гидравлики, настолько, что это отразилось в прогнозах на развитие мирового рынка приводов для автомобилей. В количественных единицах этот сегмент растёт с опережением, в денежных его рост будет медленнее, чем у рынка автокомпонентов в целом.

■ Фрикционные материалы без металлов

Безасбестовые колодки появились не так давно, но экологи уже гонят производителей фрикционных материалов дальше, требуя исключить из фрикционных смесей медь, ртуть и свинец. Оказывается, что наибольшая часть ядовитых стоков этих металлов в водоемы вызвана именно пылью, образующейся при износе колодок. В Калифорнии провели пилотный проект, сокративший содержание меди во фрикционных накладках до 61%. Содержание меди в дождевых стоках этого штата уменьшилось ровно на ту же цифру. Поэтому в Штатах производители фрикционных материалов взяли на себя добровольное обязательство к 2025 году уменьшить содержание меди до 0,5% от текущего уровня. А для его выполнения Federal Mogul, ArvinMeritor, TRW и другие компании с удовольствием воспользуются чужими технологиями, чтобы не разрабатывать самим.

■ Вторичные материалы

Создать на 100% утилизируемый автомобиль — только одна сторона вопроса. Автопроизводителям параллельно приходится решать ещё две задачи: создавать безотходное производство и искать замену первичному сырью. На этом пути важны не столько денежные инвестиции, сколько генерация свежих идей. Флисовую изоляцию капота из ПЭТ-отходов (пластиковых бутылок) автопроизводители уже используют. Другая реализованная технология — сотовые кузовные панели с ячеистым слоем из макулатуры. В ближайшие годы появятся бамперы из пространственных нанополимеров на основе отходов лесоводства. Найден также способ получать оксид кремния для каучука из рисовой шелухи. Вы готовы продолжить список?



■ Телематическая подготовка

Согласно прогнозам, к 2026 г. 85% авто будут «в базе» иметь телематическую подготовку. В неё входят GPS- и GSM-антенны, слот для SIM-карты, датчик ускорения и другие компоненты. Драйвером роста их применения становятся каршеринг, страхование по факту использования, развитие обмена данными между автомобилями и «умной» городской средой. Сейчас эти функции выполняют GPS/ГЛОНАСС-трекеры, но данные устройства в «коробочной» версии, каковая применяется сейчас, постепенно уйдут в прошлое. Эта сфера также перспективна для поставщиков 1 и 2 уровня из развивающихся стран: техническая сторона вопроса достаточно проста, а главная фишка в том, чтобы предложить дешёвое и технологичное решение.

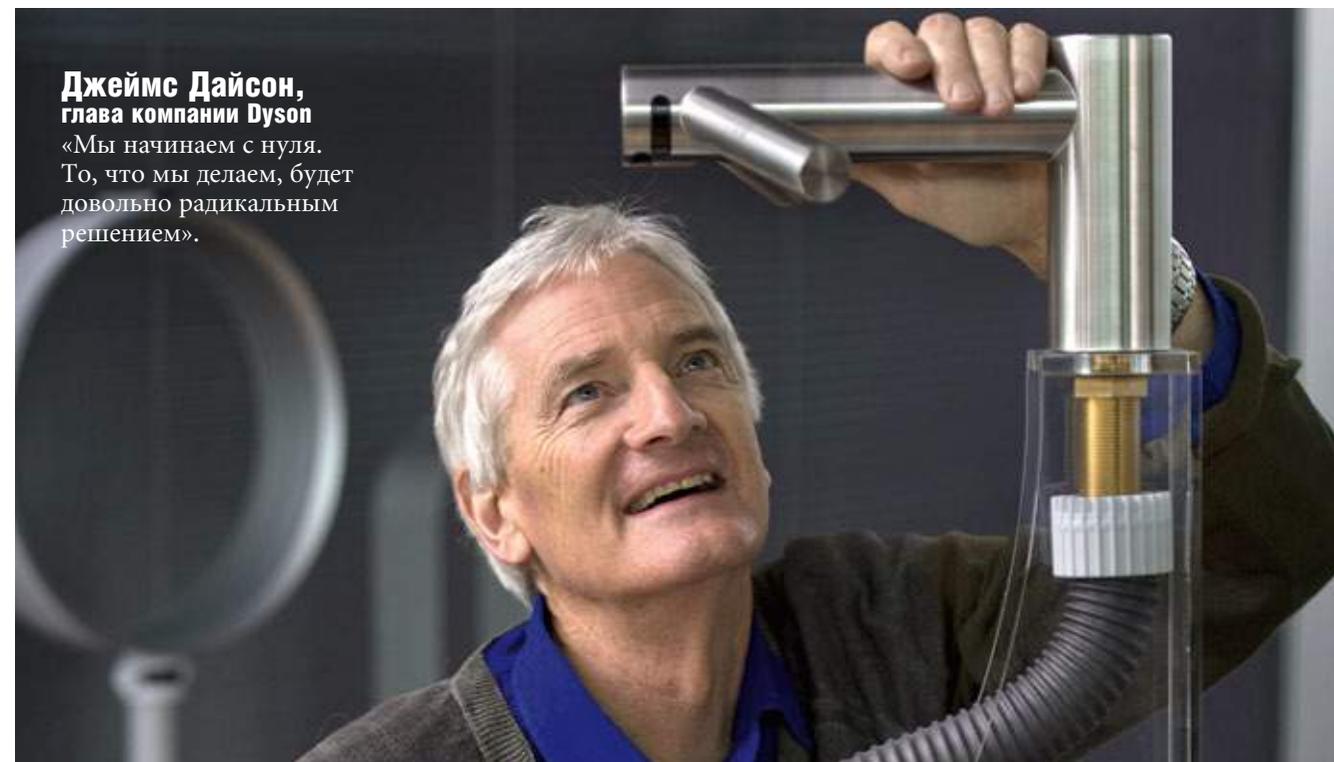
■ Ремануфактуринг

Мировой автомобильный рынок растёт по 3-4% в год, а оборот восстановленных деталей ежегодно увеличивается на 20% и более и к 2020 г. достигнет \$140 млрд. В Китае ремануфактуринг входит в госпрограмму развития промышленности «Сделано в Китае», предприятиям-восстановителям выдаются субсидии. А европейская автокомпонентная ассоциация CLEPA, признавая важность ремана, в 2016 г. открыла рабочую группу по политике восстановительного ремонта. И хотя в число крупнейших игроков отрасли входят Borg Automotive, Caterpillar, Genuine Parts, Remy International и Robert Bosch, малым предприятиям тоже есть место. Технология белорусского стартапа Alukat по восстановлению рычагов подвески вызвала в Европе и США большой интерес, есть желающие приобрести лицензию.

■ Системы рекуперации энергии

У систем рекуперации энергии на базе аккумуляторов, которые сейчас применяются в гибридных автомобилях, есть существенный недостаток: большая масса и дороговизна. Между тем, запасать и сохранять энергию можно не только в аккумуляторах. Поиск идёт в разных направлениях: пневматические и превогидравлические гибридные приводы, суперконденсаторы. Кроме того, сохранять и преобразовывать нужно не только механическую, но и тепловую энергию. Первые промышленные образцы на подходе, но рынок ещё не сформировался, поэтому каждая новинка в этой области вызывает большой интерес.

Список востребованных технологий не исчерпывается описанными направлениями: чтобы составить этот материал, мы перебрали до полусотни вариантов из архива **ai**. Каждая рассмотренная технология находится в стадии, близкой к началу производства, либо уже вышла на рынок, но список производителей пока очень короток – подчас это единственная компания, владеющая ноу-хау. Следить за этими и другими трендами мирового автобизнеса просто: читайте **ai**.



Джеймс Дайсон,
глава компании Dyson
«Мы начинаем с нуля.
То, что мы делаем, будет
довольно радикальным
решением».

С ветерком на пылесосе

Английский изобретатель и индустриальный дизайнер, основатель и глава компании Dyson, сэр Джеймс Дайсон объявил о намерении создать и выпустить на рынок электромобиль.

По словам Дайсона, это не будет автомобиль массового сегмента, но и не суперкар, а паркетник или седан бизнес-класса. Но Дайсон обещает, что автомобиль будет «радикальным дополнением» к миру, в котором доминируют Tesla, BMW, Toyota, Jaguar, Mercedes, Nissan и Hyundai.

По информации BBC, идея электромобиля разрабатывается Дайсоном с конца 1980-х годов и якобы в 1998 году его проект был отвергнут представителями автопрома.

В любом случае, для Джеймса Дайсона работа с транспортными средствами не вновинку. В частности, в 1970 году он создал быстроходное грузовое судно Sea Truck.

Кроме того, Дайсон разбирается в двигателестроении, в 2004 году он разработал электродвигатель с цифровым управлением на основе принципа импульсного магнитного поля. Свои наработки в электродвигателях Дайсон планирует использовать в реализации проекта электромобиля.

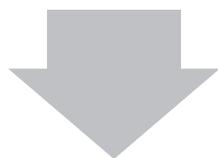
Над проектом работают 400 разработчиков, в том числе Дайсону удалось переманить инженеров BMW, Tesla и Aston Martin. По этому поводу глава компании Aston Martin, Энди Палмер, явно недовольный тем, что производитель пылесосов увел у него специалистов, «поздравил» Дайсона с вступлением в клуб автопроизводителей Великобритании и предложил сделать 12-цилиндровый пылесос Aston Martin.

Для работы над проектом электромобиля компания Dyson приобрела в 2015 г. американский стартап Sakti3 по разработке литий-ионных батарей с высокочастотными электродами из металлического лития и оксида ванадия. Считается, что в таких батареях плотность энергии выше, чем в батареях Tesla. Такие батареи планирует применять в своих электромобилях и Toyota.

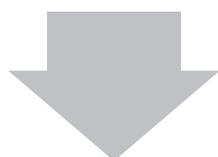
В решение проблемы батареи компания Dyson намеревается инвестировать 1 млрд фунтов. А всего в проект по созданию электромобиля компания планирует вложить 2 млрд фунтов, что составляет порядка 80% прибыли компании в год.

Dyson планирует запустить электромобиль в серийное производство в 2020 году. **ai**

55 000
тираж



48
регионов
России



100%
целевая
аудитория:

Производители и дистрибьюторы компонентов и запчастей

**Оптовые поставщики
Розничные продавцы**

Отраслевой бизнес журнал «Автоиндустрия» ©10

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-69279 от 29.03.2017 г., ПИ №ФС77-21113 от 20.05.2005 г.

Учредитель и издатель: **ООО «Дюран Медиа Групп»**
Официальный агент Messe Frankfurt Exhibition GmbH
по бренду Automechanika на территории России
automechanika

Главный редактор: **Елена Павелко**

Обозреватели: **Евгений Новожилов, Василий Пражек, Елена Кочемас, Ольга Васильева, Роман Назаров, Игорь Бек, Михаил Милошевич, Алексей Морозов, Олег Брянский**

Дизайн и верстка: **Максим Перльмуттер**

Региональные менеджеры: **Светлана Зулитова, Екатерина Скиба**

Адрес редакции: **Москва, Третьяковский пр., д. 6, стр. 2**
тел: (495) 797-10-44
e-mail: info@ai-media.ru

Тираж: **55 000 экз.**

Журнал распространяется в 48 регионах России.

Периодичность выхода: 1 раз в месяц

Рекламно-информационный журнал распространяется бесплатно. Система распространения нацелена на максимальный охват целевой аудитории.

За содержание рекламных объявлений ответственность несет рекламодатель. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Разработанные модули и текстовые материалы являются интеллектуальной собственностью редакции. Мнение редакции может не совпадать с мнением автора. Представленные статьи и изображения получены из открытых источников и опубликованы в информационных целях.

Мобильная версия журнала



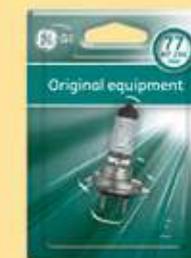
www.ai-media.ru
автоиндустрия.рф



www.gelighting.com/eu

Автомобильные лампы GE - СМЫСЛ В КАЧЕСТВЕ!

Сделано в Венгрии



Дистрибьюторы GE Automotive Lighting в России:

Драйв Лайтинг
+7 (495) 363-02-35
www.lampaavto.ru
info@lampaavto.ru

ТД БИЛАЙТ
+7(495) 788-82-81,
981-37-19, 981-37-20
www.bilight.biz

АВТО-ЕВРО
+7 (495) 937-28-28
www.autoeuro.ru
info@autoeuro.ru

Тобис Калининград
+7 (4012) 93-55-94
office@tobis39.ru



**Protection
&
Regeneration**



 **From the Netherlands.**