

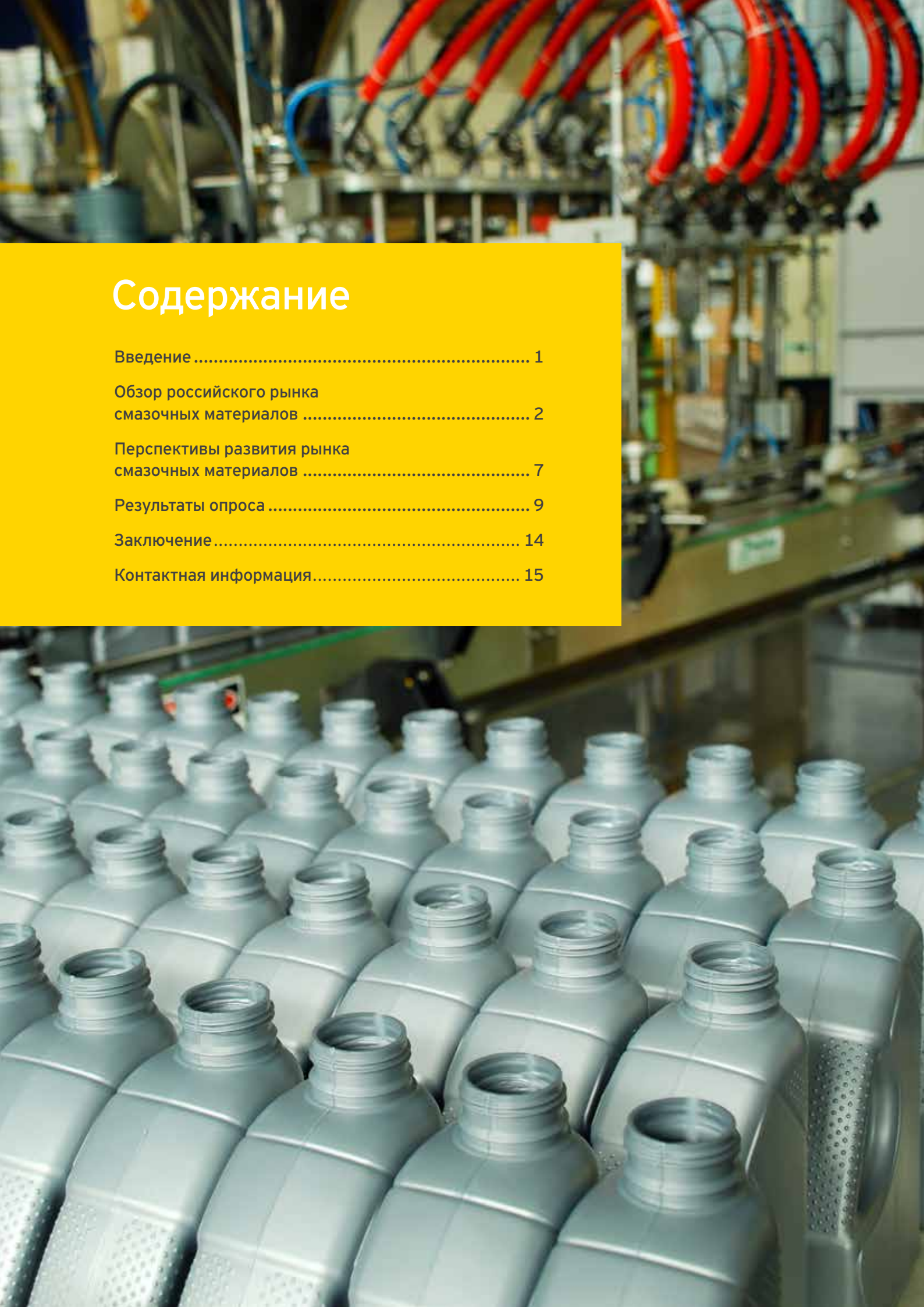


Обзор российского рынка смазочных материалов

2015 год



Совершенствуя бизнес,
улучшаем мир

The background of the page is a photograph of an industrial facility. In the upper half, there is a complex arrangement of red and blue flexible hoses connected to machinery. Below this, a conveyor belt system is visible, with various mechanical components and sensors. In the lower half of the image, rows of grey plastic jugs, likely for motor oil, are shown on a production line. The jugs have a distinctive shape with a textured side and a wide opening at the top.

Содержание

Введение 1

Обзор российского рынка
смазочных материалов 2

Перспективы развития рынка
смазочных материалов 7

Результаты опроса 9

Заключение 14

Контактная информация..... 15

Введение

Российский рынок смазочных материалов является крупнейшим в Европе и одним из самых больших в мире. В настоящий момент на нем происходят структурные изменения, связанные с переходом от производства стандартных смазочных материалов в соответствии с ГОСТом к производству премиальной продукции. Помимо изменений технологического характера, на рынок оказывают влияние и макроэкономические условия, которые привели к росту спроса на отечественные материалы за счет сокращения потребления импорта. Основные игроки, представленные крупными вертикально интегрированными нефтегазовыми компаниями, наращивают производственные мощности и повышают конкурентоспособность в премиальном сегменте. Тем не менее в некоторых секторах, таких как цветная металлургия и целлюлозно-бумажная отрасль, в основном используется импортное оборудование. В связи с этим ожидается, что доля иностранных смазочных материалов в объеме потребления данных секторов останется высокой.

В рамках настоящего обзора мы проанализировали изменения, произошедшие в отрасли, и действия, которые можно предпринять в сложившихся непростых условиях.

Чтобы узнать мнение участников рынка по этим и другим вопросам, компания EY провела опрос среди производителей и импортеров смазочных материалов, а также российских дистрибьюторов, автодилеров и представителей розничных сетей, специализирующихся на продаже запасных частей и шин. Мы хотели бы выразить благодарность всем, кто принял участие в исследовании, за предоставленные сведения.



Обзор российского рынка смазочных материалов



Российский рынок смазочных материалов является крупнейшим в Европе – на него приходится 20% от всего европейского спроса.

Потребление смазочных материалов

Объем потребления смазочных материалов в России, включая базовые масла, в 2014 году составил 2,5 млн тонн, что на 14% больше, чем в 2011 году (2,2 млн тонн). В то же время, за вычетом базовых масел, спрос фактически сократился на 6% – с 1,6 млн тонн до 1,5 млн тонн.

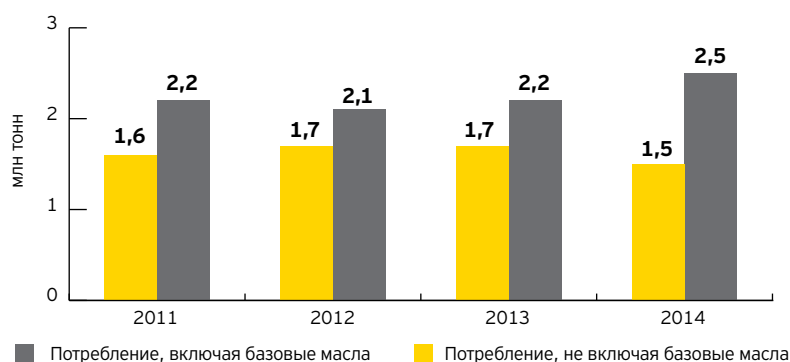
Потребление смазочных материалов зависит от ряда экономических и технологических факторов. В связи с проциклическим характером этого рынка текущий экономический кризис, санкции западных стран, обесценивание российского рубля и снижение

потребительской активности с большой вероятностью окажут на него отрицательное влияние. Однако после 2016 года ожидается восстановление объема продаж автомобилей, что должно положительно сказаться на потреблении смазочных материалов. Ожидается, что в результате российский рынок автомобильных смазочных материалов восстановится и к 2020 году вырастет

на 12% в связи с ростом объема продаж легковых автомобилей.

Помимо экономических причин падения спроса на смазочные материалы, существуют и технологические факторы. Разработка более сложного оборудования и транспортных средств, которые потребляют меньший объем смазочных масел, также негативно влияет на спрос.

ГРАФИК 1. ПОТРЕБЛЕНИЕ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИИ



Источники: Федеральная служба государственной статистики, Tebiz Group, Инфотек.

Существенное влияние динамики промышленного производства связано с высокой долей промышленных масел в общем спросе. В России 53% от всех потребляемых смазочных материалов приходится на моторные масла, а 47% – на различные виды смазочных масел, применяемых в промышленном производстве, более трети из которых (37%) предназначены для гидравлических систем. Общий объем потребления пластичных смазок в России составил 57 тыс. тонн в 2014 году.

Производство смазочных материалов

Объем производства смазочных материалов в России в 2014 году составил 3,2 млн тонн, что на 13% больше, чем в 2011 году (2,8 млн тонн). Основным фактором роста стало увеличение производства смазочных масел, в то время как производство пластичных смазок и суспензий для нанесения твердых смазочных покрытий за тот же период резко сократилось (на 53% – с 13,8 тыс. тонн до 6,5 тыс. тонн). Спад производства пластичных смазок может быть частично связан с изменением структуры потребления. Российские производители в основном выпускают стандартные пластичные смазки в соответствии с ГОСТом. Снижение спроса на них ведет к сокращению объема производства.

Выпускаемые смазочные материалы включают в себя главным образом смазочные масла, на которые приходится 93% от общего объема. В частности, индустриальные и моторные масла составляют 18% и 17% соответственно в объеме производства смазочных материалов в России.

Основными российскими производителями смазочных материалов являются крупные нефтяные компании. ПАО «ЛУКОЙЛ» производит чуть меньше половины (45%) от общего объема российских смазочных материалов; ОАО «НК «Роснефть» занимает 20% рынка и является вторым крупнейшим производителем; на ПАО «Газпром нефть» приходится 14%¹.

Значительная часть смазочных материалов производится в Приволжском федеральном округе. Здесь располагаются ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» и Новокуйбышевский завод масел и присадок, принадлежащий ОАО «НК «Роснефть». В 2014 году на этих заводах было выпущено 701 тыс. тонн смазочных материалов². В Южном ФО находится еще одно крупное предприятие – ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка». В 2014 году завод произвел 487 тыс. тонн смазочных масел³. Сибирский ФО замыкает первую тройку российских регионов с наибольшими объемами выпуска смазочных материалов. Крупнейший местный производитель – Омский завод смазочных материалов, принадлежащий ПАО «Газпром нефть» и располагающий мощностями по производству смазочных материалов в объеме 300 тыс. тонн⁴.

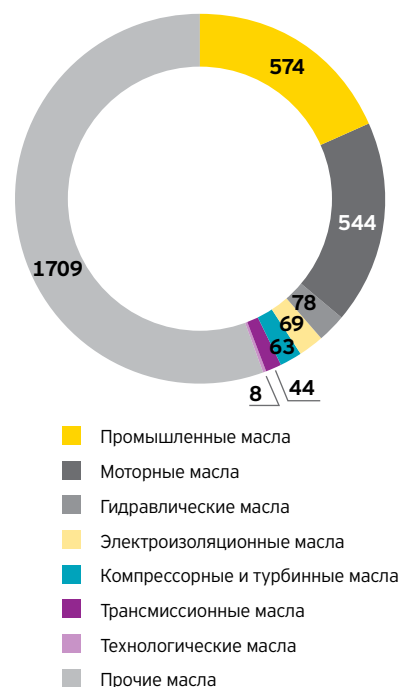
В 2014 году объемы выпуска смазочных материалов основными игроками сократились. Объем производства ПАО «ЛУКОЙЛ» уменьшился на 7,6%⁵, объем реализации ОАО «Роснефть» снизился на 2,5%⁶. Объем реализации ПАО «Газпром нефть» также сократился в связи с ремонтом завода в Омске⁷.

ГРАФИК 2. ПРОИЗВОДСТВО СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИИ



Источник: Федеральная служба государственной статистики.

ГРАФИК 3. ПРОИЗВОДСТВО СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ТИПАМ (ТЫС. ТОНН), 2014 ГОД



* Прочие масла включают масла нефтяные различного назначения, масла-пластификаторы, наполнители и носители.

Источник: Федеральная служба государственной статистики.

¹ Информация представлена на сайте ПАО «Газпром нефть».

² Информация представлена на сайтах компаний ПАО «ЛУКОЙЛ» и ОАО «НК «Роснефть».

³ Информация представлена на сайте ПАО «ЛУКОЙЛ».

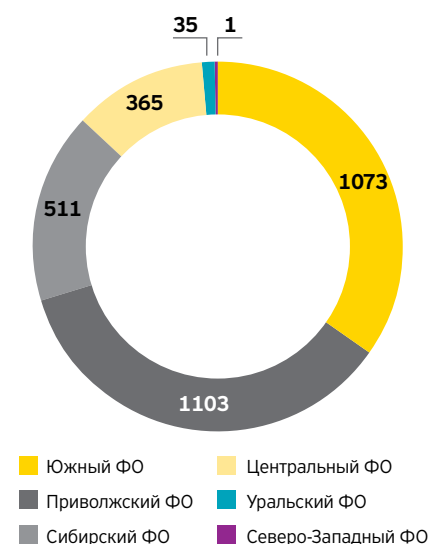
⁴ Информация представлена на сайте ПАО «Газпром нефть».

⁵ Информация представлена на сайте ПАО «ЛУКОЙЛ».

⁶ Информация представлена на сайте НК «Роснефть».

⁷ Информация представлена на сайте ПАО «Газпром нефть».

ГРАФИК 4. ПРОИЗВОДСТВО
СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ
ПО РЕГИОНАМ (ТЫС. ТОНН), 2014 ГОД



Источник: Федеральная служба государственной статистики.

Российские игроки проводят модернизацию и наращивают производственные мощности. В 2014 году ПАО «Газпром нефть» ввело в эксплуатацию на Омском заводе смазочных материалов (Сибирский ФО) крупнейший в России комплекс по выпуску моторного масла, который может производить 110 тыс. тонн и упаковывать 180 тыс. тонн моторного масла в год⁸.

В 2014 году ПАО «ЛУКОЙЛ» и ОАО «РЖД» организовали производство на заводе «ИНТЕСМО» на территории Волгоградского НПЗ⁹. Завод располагает мощностями по выпуску 30 тыс. тонн продукции в год, что делает его крупнейшим производителем смазки в России. Планируется, что завод будет удовлетворять 80% потребности ОАО «РЖД» в смазке. Партнеры ожидают, что «ИНТЕСМО» захватит половину российского рынка смазки, а в перспективе может начать и экспортные поставки.

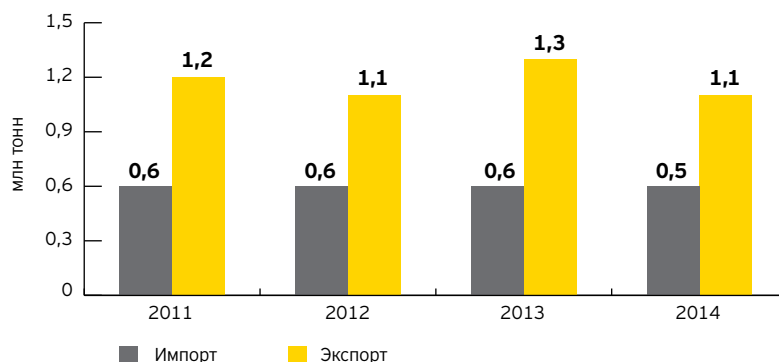
Импорт смазочных материалов

В 2014 году импорт смазочных материалов в Россию сократился на 2% и составил 547 тыс. тонн. Данная тенденция в основном объясняется обесценением рубля на фоне падения цен на нефть и связанным с этим ростом стоимости импортных смазочных материалов в местной валюте. Цены на моторное масло зарубежных брендов в России с августа 2014 года по август 2015 года выросли в среднем на 31%, а на аналогичную отечественную продукцию – на 8%.

В основном смазочные материалы импортируются из ЕС, объем импорта из США и Азиатского региона не является существенным. Четверть от общего объема импорта приходится на Финляндию.

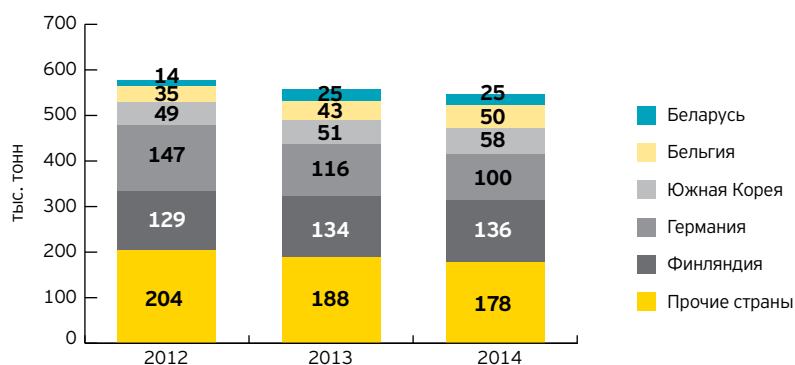
На фоне экономических санкций западных стран Правительство Российской Федерации стимулирует импортозамещение. Ожидается, что внутренние потребители переключатся на смазочные материалы местного производства. При этом сегмент нефтепереработки и сбыта не является приоритетным в этом отношении, так как экономические санкции не оказали на него существенного влияния.

ГРАФИК 5. ИМПОРТ И ЭКСПОРТ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ



Источник: Федеральная таможенная служба.

ГРАФИК 6. СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИЮ



Источник: Федеральная таможенная служба.

⁸ Информация представлена на сайте ПАО «Газпром нефть».

⁹ Информация представлена на сайте ПАО «ЛУКОЙЛ».

Опрос 2000 российских автовладельцев, который проводился аналитическим агентством «АВТОСТАТ» в мае 2015 года, показал, что предпочтение в основном отдается иностранным брендам моторного масла. Самым популярным из них стал Mobil, который набрал 39% от максимального уровня. Castrol и Shell заняли второе и третье места (30% и 25% соответственно). В первой десятке присутствует лишь один российский бренд.

В настоящий момент около 60% спроса на смазочные материалы в России приходится на иностранные бренды (произведенные как за пределами РФ, так и внутри страны). Существенного изменения их доли к 2025 году не ожидается. Высокий спрос на импортные смазочные материалы связан с тем, что транспортные средства иностранного производства составляют 53% от всего российского автопарка. Растущий спрос на синтетические масла также обусловлен данным фактором.

Экспорт смазочных материалов

Экономический спад на основных рынках в 2014 году привел к сокращению объемов российского экспорта на 10%. В результате в 2014 году доля экспорта во внутреннем производстве снизилась, а объем запасов увеличился вдвое.

В основном Россия экспортирует базовые масла, которые затем перерабатываются на заводах за рубежом и импортируются обратно в виде конечного продукта.

Основными рынками для российского экспорта смазочных материалов являются Европа и Украина. Доля поставок в страны ЕС уменьшилась с 50% в 2012 году до 37% в 2014 году. Спад в этом направлении компенсируется ростом экспорта в Китай и Турцию. Для восстановления спроса в странах ЕС и СНГ российские производители выходят на новые рынки. Крупнейшими экспортерами смазочных материалов являются ПАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «НК «Роснефть» и ПАО «Газпром нефть».

СПРОС НА БРЕНДЫ МОТОРНЫХ МАСЕЛ В РОССИИ

Позиция в рейтинге	Бренд
1	Mobil
2	Castrol
3	Shell
4	LIQUI MOLY
5	Motul
6	ЛУКОЙЛ
7	Esso
8	ELF
9	ZIC
10	Прочие бренды

Источник: АВТОСТАТ.

Мнение ЕУ

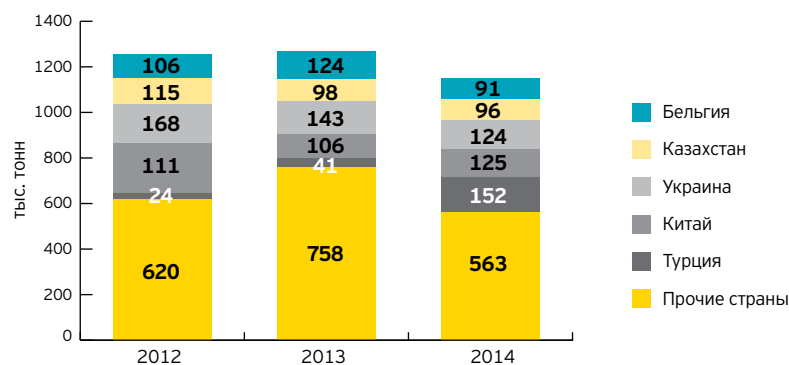
Рост доли российского оборудования в общем объеме и наращивание крупными игроками мощностей по производству смазочных материалов (особенно в премиальном сегменте) позволят снизить объемы потребления импорта в промышленном секторе РФ.

ГРАФИК 7. ПОТРЕБЛЕНИЕ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО БРЕНДАМ



Источник: ПАО «ЛУКОЙЛ».

ГРАФИК 8. НАПРАВЛЕНИЕ ЭКСПОРТА СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ



Источник: Федеральная таможенная служба.

Экспортная пошлина

Еще одним фактором, влияющим на динамику экспорта, является изменение режима налогообложения. Пакет поправок в законодательство, направленных на изменение налоговых ставок в нефтяном секторе («налоговый маневр»), вступил в силу с 1 января 2015 года. Основная цель разработки данного пакета заключалась в снижении доли экспортной пошлины на сырую нефть в общем объеме налоговых поступлений от сектора и увеличении доли налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ).

Ряд изменений был внесен и в ставки экспортной пошлины на нефтепродукты, которые рассчитываются на основе экспортной пошлины на сырую нефть.

Фактическая сумма экспортной пошлины в значительной степени зависит от цен на сырую нефть на международном рынке. «Маневр» оказал следующее влияние на производителей смазочных материалов:

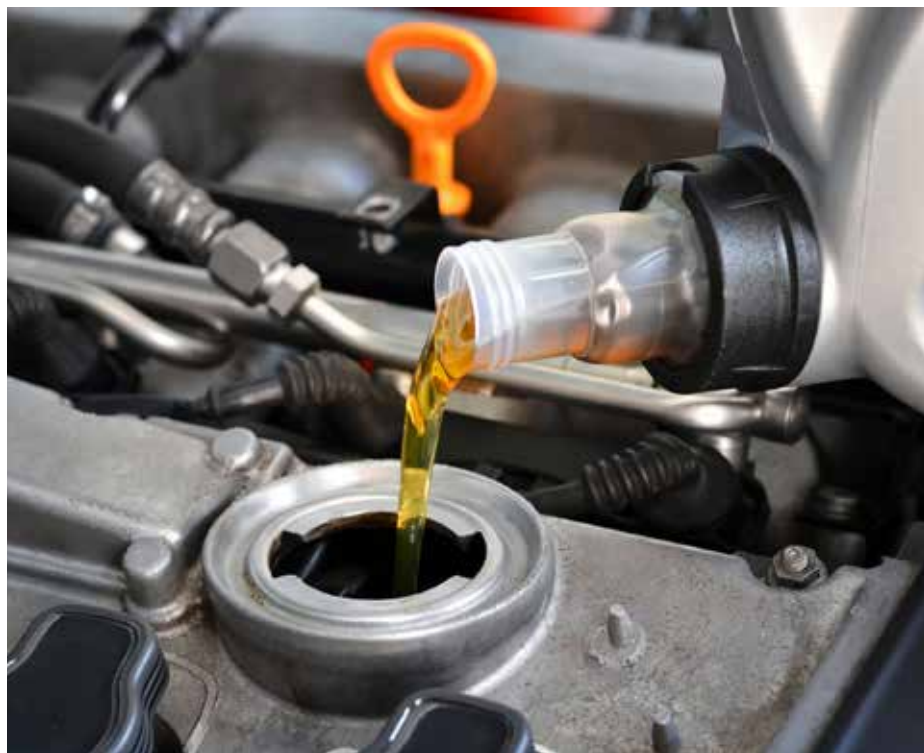
- ▶ увеличились издержки за счет роста чистой экспортной цены (нетбэк) на вакуумный газойль (основное сырье для производства смазочных материалов);
- ▶ повысился чистый доход на фоне увеличения цены нетбэк (низкие пошлины) на смазочные материалы.



СТАВКИ ЭКСПОРТНОЙ ПОШЛИНЫ

Старая система	Единица измерения	2015	2016	2017
Ставка экспортной пошлины на вакуумный газойль		100%	100%	100%
Ставка экспортной пошлины на смазочные материалы		100%	100%	100%
Экспортная пошлина на вакуумный газойль	долл. США/тонна	134	130	130
Экспортная пошлина на смазочные материалы	долл. США/тонна	134	130	130
«Налоговый маневр»				
Ставка экспортной пошлины на вакуумный газойль		76%	82%	100%
Ставка экспортной пошлины на смазочные материалы		48%	40%	30%
Экспортная пошлина на вакуумный газойль	долл. США/тонна	81	78	84
Экспортная пошлина на смазочные материалы	долл. США/тонна	51	38	25

Источник: Нефтегазовый центр ЕУ.

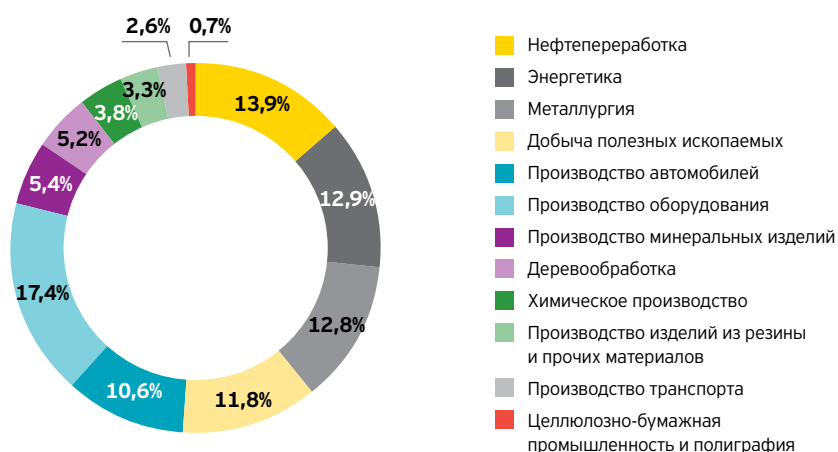


Перспективы развития рынка смазочных материалов



Промышленный сектор потребляет около 700 тыс. тонн смазочных материалов в год. Крупнейшими потребителями являются горнодобывающая, нефтеперерабатывающая, энергетическая, металлургическая и автомобильная отрасли, на которые приходится 79% от общего объема промышленного потребления.

ГРАФИК 9. ПОТРЕБЛЕНИЕ СМАЗОЧНОГО МАСЛА ПО ОТРАСЛЯМ



Источник: «Масла@ЛУКОЙЛ», № 42, сентябрь 2015 года.

Компания ЕУ провела опрос среди крупнейших представителей нефтегазовой, сталелитейной, медной, угледобывающей, энергетической и целлюлозно-бумажной отраслей с целью получения информации о текущем потреблении смазочных материалов и ожидаемых изменениях в его структуре.

На основе полученной по результатам опроса информации были рассчитаны уровни потребления по каждой из рассматриваемых отраслей. Согласно данным, указанным в таблице, нефтегазовая (сегменты разведки и добычи и транспортировки) и сталелитейная отрасли потребляют наибольшие объемы смазочных материалов (в совокупности –

147 тыс. тонн). С учетом ожидаемых темпов роста производства в данных отраслях мы рассчитали ожидаемый с их стороны спрос на 2015 год.

В настоящий момент структура потребления в промышленном секторе меняется по причинам экономического и технологического характера.

**ОЦЕНОЧНЫЙ ОБЪЕМ
ПОТРЕБЛЕНИЯ СМАЗОЧНЫХ
МАТЕРИАЛОВ В РАССМАТРИВАЕМЫХ
ОТРАСЛЯХ, 2014 ГОД, ТОНН**

Отрасль	2014 О*	2015 О*
Нефтегазовая	56 448	56 471
Сталелитейная	56 400	56 964
Угледобывающая	2542	2608
Медная	2985	3045
Энергетическая	18 500	18 454
Целлюлозно-бумажная	9900	10 167
Итого	146 775	147 709

Источники: опрос ЕУ, Федеральная служба государственной статистики, Правительство Российской Федерации, ООО «АвиагазЦентр», ОАО «АК «Транснефть», ПАО «Газпром», BMI, RPI, Нефтегазовый центр ЕУ, открытые источники.

* О – оценочно.

В результате обесценения российского рубля наблюдается рост объемов импортозамещения. В наибольшей степени это относится к машиностроительной и энергетической отраслям. Кроме того, 97% потребления смазочных масел в металлургической отрасли обеспечивается за счет внутреннего производства.

Динамика спроса на смазочные материалы со стороны промышленного сектора зависит от ряда факторов. Первым и наиболее очевидным из них являются объемы производства. Однако в настоящий момент российские производители не ожидают их существенного роста, что было подтверждено в ходе опроса крупнейших игроков.

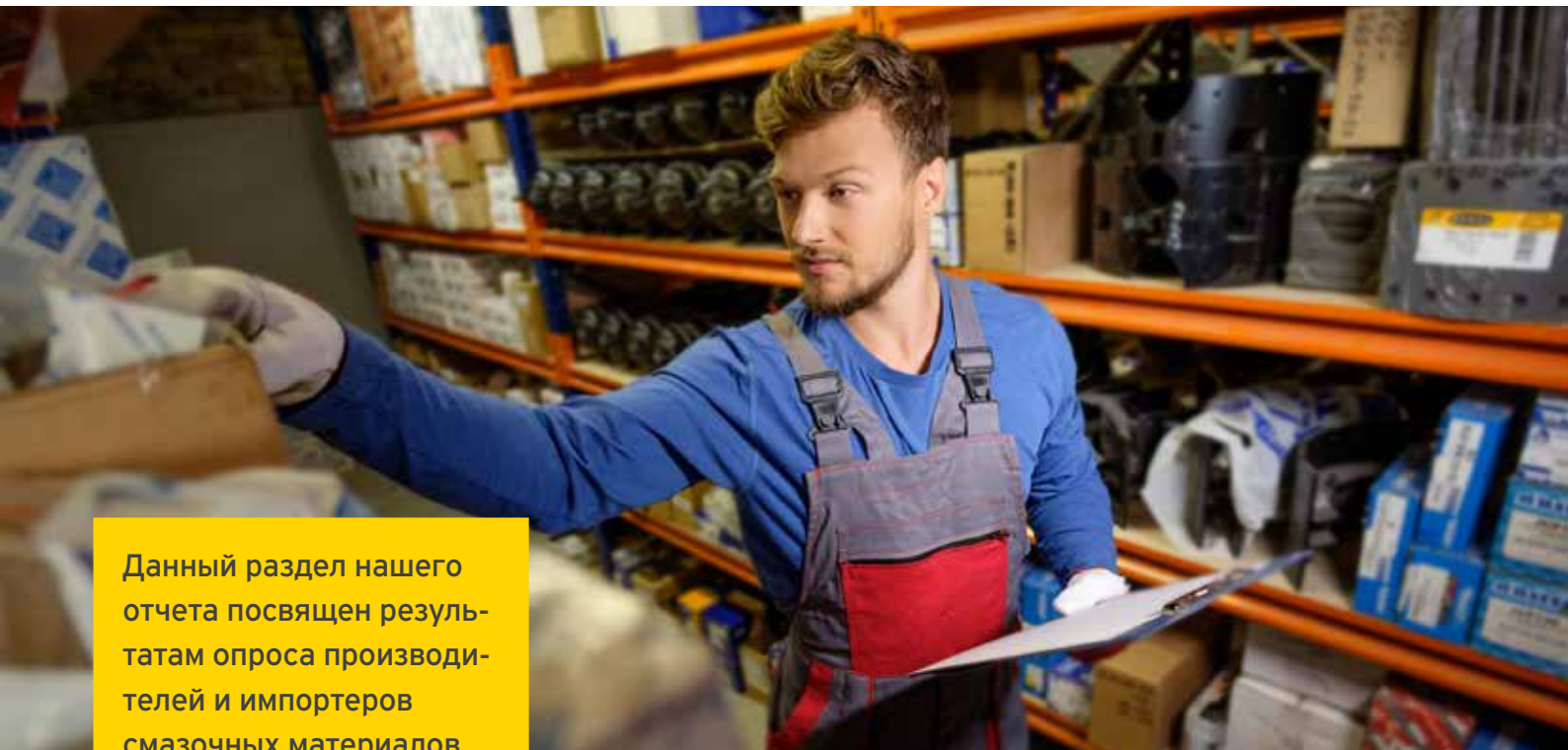
Помимо наращивания мощностей, более интенсивного использования оборудования и соответствующего роста объемов производства, также существует технологический фактор, влияющий на будущие объемы потребления смазочных материалов. В настоящий момент промышленный сектор характеризуется высокой степенью износа оборудования. Его модернизация и применение энергосберегающих технологий являются ключевыми приоритетами, хотя ограниченный доступ к капиталу и обесценение российского рубля ставят под вопрос инвестиционные планы российских производителей. Помимо модернизации, наблюдается тенденция к импортозамещению оборудования, что обусловлено как государственной программой, так и девальвацией рубля. Например, Правительство Российской Федерации планирует сократить долю импортного оборудования в нефтегазовой отрасли с 60% в 2014 году до 43% в 2020 году. Однако в некоторых отраслях, например в целлюлозно-бумажной, возможности импортозамещения ограничены недостаточным развитием в России производства необходимого оборудования.

Мнение ЕУ

Умеренный рост производства в рассматриваемых отраслях приведет к совокупному увеличению спроса с их стороны на смазочные материалы на 1,5-2% в год в течение следующих пяти лет.



Результаты опроса



Данный раздел нашего отчета посвящен результатам опроса производителей и импортеров смазочных материалов, а также дистрибьюторов, автодилеров и представителей розничных сетей, специализирующихся на продаже запасных частей и шин.

В опросе приняли участие компании из различных регионов России, в том числе организации, осуществляющие деятельность в двух или более федеральных округах. Деятельность большинства респондентов сосредоточена в Центральном, Приволжском и Северо-Западном ФО. Задаваемые вопросы касались предлагаемого ассортимента смазочных материалов, структуры и динамики продаж, а также системы сбыта и ценообразования. Исследование проводилось с целью анализа актуальной информации о текущей ситуации и последних тенденциях на рынке.

Ассортимент продукции

Компании-респонденты предлагают широкий ассортимент продукции, включающий минеральные, синтетические и полусинтетические масла. В структуре продаж доминируют полусинтетические масла, на которые приходится 50-90% от всего объема продаж. Торговля минеральными маслами преимущественно ведется через дистрибьюторов, которые поставляют продукцию корпоративному сектору. Основная сфера применения минеральных масел – промышленное производство. Около трети опрошенных дистрибьюторов отметили, что различные виды смазочных масел занимают примерно одинаковые доли в их структуре продаж.

Реализацию моторных масел для бензиновых двигателей также осуществляют главным образом дистрибьюторы. В целом на такие масла приходится преобладающая доля продаж, которая может превышать 70% (для 35% респондентов).

По словам 33% участников исследования, продажи смазочных масел распределены между премиум- и эконом-сегментами приблизительно поровну. В то же время у 35% опрошенных более 70% от всего объема реализации приходится на премиум-сегмент.

Помимо этого, ассортимент продукции у 91% респондентов включает пластиковые смазки, которые, однако, составляют незначительную долю в общем объеме продаж (менее 5%).

Согласно результатам опроса, в ассортименте продукции компаний присутствуют как иностранные бренды (включая Castrol, Mobil, Total, Motul, Shell, Mannol, ZIC, Elf), так и отечественные (принадлежащие ПАО «ЛУКОЙЛ», ПАО «Газпром нефть» и ОАО «НК «Роснефть»). Автодилеры также отметили, что в их ассортименте представлены и оригинальные моторные масла.

Клиентская база

Среди опрошенных дистрибьюторов 22% преимущественно работают с корпоративными клиентами и приблизительно такое же количество (20%) – с розничными сетями. У остальных поставщиков структура продаж распределена примерно поровну между автодилерами, автозаправками, СТО, корпоративными клиентами и розничными сетями.

Доля постоянных покупателей у автодилеров варьируется, составляя от 40% до 80% от всей клиентской базы. По словам большинства из них, более 70% клиентов, как правило, меняют смазочные масла после 10 000 – 15 000 км пробега.

Предпочтения заказчиков

На первом плане – цена, качество и бренд

При выборе продукции того или иного бренда с целью ее перепродажи большинство оптовых дистрибьюторов, как правило, ориентируются на цену и качество. Для розничных сетей, специализирующихся на продаже запасных частей и шин, ключевую роль играет узнаваемость бренда. Что касается автодилеров, то для них выбор смазочного масла определяется условиями гарантии и рекомендациями автопроизводителей.

По словам автодилеров, выбрав однажды тот или иной бренд смазочного масла, клиенты, как правило, не меняют его на продукцию другого производителя. Помимо этого, как следует из их ответов, предпочтение обычно отдается иностранным маслам.

Продажи

Влияние экономической ситуации на структуру продаж

Некоторые респонденты отмечают уменьшение объемов продаж смазочных материалов вследствие замедления темпов роста национальной экономики и сокращения промышленного производства. При этом стоит отметить, что динамика снижения показателей продаж различается в зависимости от региона, а также от брендов – отечественных и иностранных, что обусловлено обесценением рубля и активной работой в области импортозамещения.

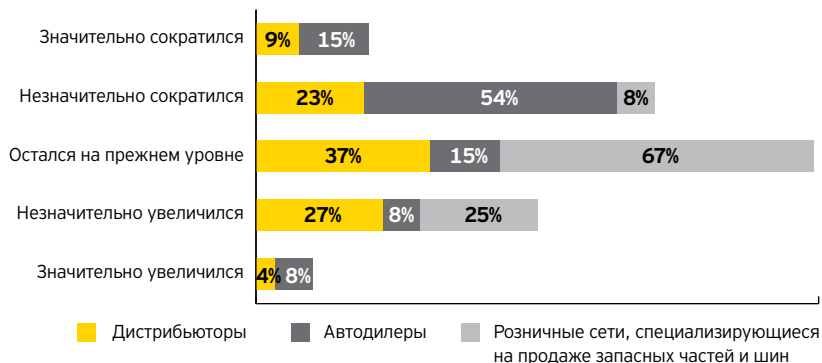
Наибольшее падение объемов реализации смазочных материалов отмечают автодилеры, которые связывают ухудшившиеся результаты с сокращением продаж автомобилей.

Большинство автодилеров и треть дистрибьюторов, принявших участие в опросе, отметили снижение продаж в 2015 году в связи с экономической ситуацией в стране, которая напрямую влияет на рынок смазочных материалов. Самое большое сокращение объемов наблюдалось в Северо-Западном и Приволжском ФО.

При этом более половины респондентов сообщили о стабильной динамике продаж, а некоторые дистрибьюторы (особенно те, кто осуществляет деятельность в Центральном и Приволжском ФО) даже отметили рост.

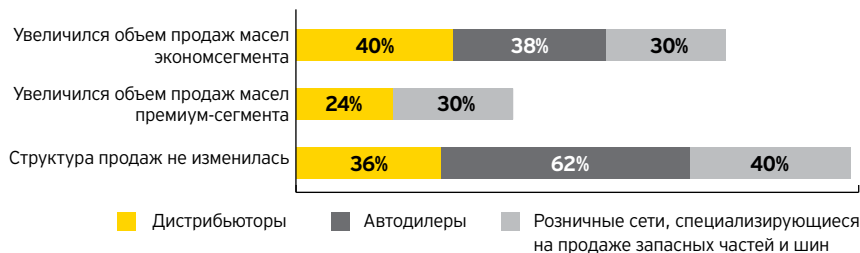
Треть опрошенных, по их словам, не заметили каких-либо изменений в динамике продаж вне зависимости от ценового сегмента. Еще одна треть указала на рост продаж смазочных масел экономкласса.

ГРАФИК 10. КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ИЗМЕНИЛСЯ ОБЪЕМ ПРОДАЖ В 2015 ГОДУ?



Источник: опрос ЕУ.

ГРАФИК 11. ИЗМЕНИЛАСЬ ЛИ В 2015 ГОДУ СТРУКТУРА ПРОДАЖ ПО ЦЕНОВЫМ СЕГМЕНТАМ?



Источник: опрос ЕУ.

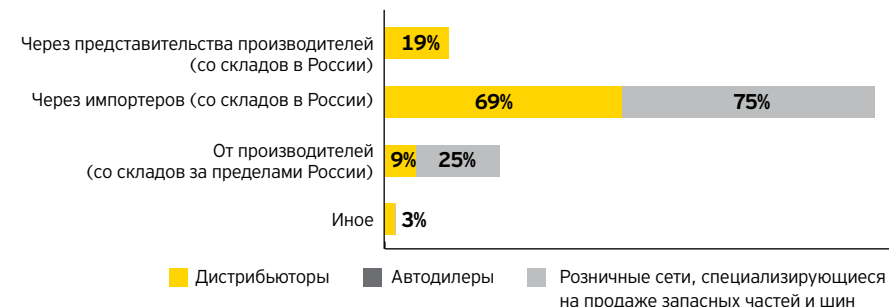
Логистика

В период экономического спада успех на рынке смазочных материалов во многом определяется эффективной логистикой. Для производителей и импортеров основным каналом продаж являются дистрибьюторские сети. Их доля в общем объеме сбыта составляет 60-70%. Конкуренция между дистрибьюторами продукции одного и того же бренда исключается благодаря тому, что им передаются на реализацию разные продукты.

Что касается импортируемых смазочных материалов, то они поставляются в Россию в основном из Европы. Более половины дистрибьюторов отметили, что на долю импорта приходится свыше 75% продаж. Большинство респондентов получают иностранные смазочные материалы с расположенных в России складов представительств компаний-производителей или импортеров. Незначительная часть опрошенных импортируют смазочные материалы напрямую. В подавляющем большинстве случаев организацией поставок занимаются представительства компаний-производителей. В качестве средства транспортировки преимущественно используется автотранспорт. Как правило, транспортные расходы не превышают 5% от цены смазочных материалов (за исключением случаев, когда продукция транспортируется из-за рубежа).

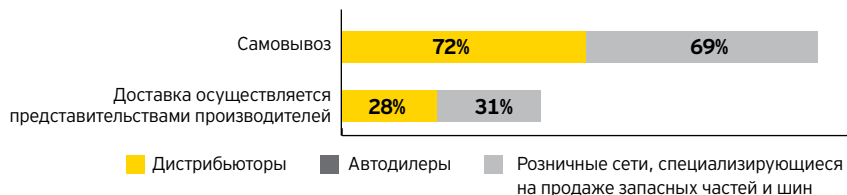
Более половины автодилеров приобретают смазочные материалы у производителей и импортеров напрямую, а также сотрудничают с крупными дистрибьюторами.

12. КАК ОРГАНИЗОВАНЫ ПОСТАВКИ ИМПОРТИРУЕМЫХ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ВАШУ КОМПАНИЮ?



Источник: опрос EY.

ГРАФИК 13. КАК ОРГАНИЗОВАНЫ ПОСТАВКИ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ВАШУ КОМПАНИЮ?



Источник: опрос EY.

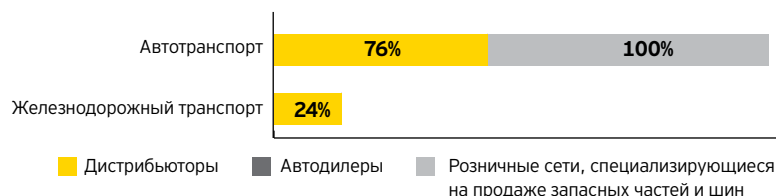


Эффективное управление запасами

С учетом роста конкуренции между производителями смазочных материалов особое значение для продвижения продукции приобретает эффективное управление дистрибьюторскими сетями.

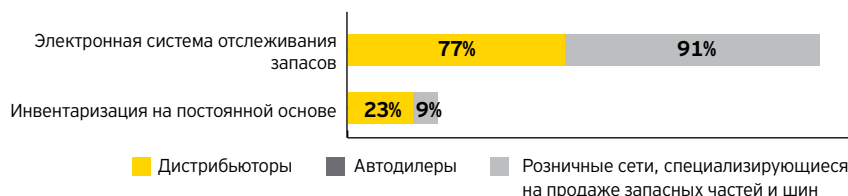
Почти все опрошенные дистрибьюторы имеют собственные склады. При этом большинство респондентов при управлении запасами и формировании заказов используют электронные системы, которые позволяют обеспечить эффективный контроль за соответствующими процессами. Благодаря работе в рамках одной системы производителям и импортерам, в свою очередь, удобно отслеживать динамику продаж и складские запасы. Большинство участников опроса применяют электронные логистические системы уже более пяти лет.

ГРАФИК 14. КАКИЕ ТРАНСПОРТНЫЕ СРЕДСТВА ИСПОЛЗУЮТСЯ ДЛЯ ПОСТАВОК СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ?



Источник: опрос EY.

ГРАФИК 15. КАКИМ ОБРАЗОМ ПРОИСХОДИТ УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ВАШЕЙ КОМПАНИИ?



Источник: опрос EY.



Ценообразование

Коммерческие отношения между производителями и дистрибьюторами подлежат нормативному регулированию в случае, если доля одной из сторон на рынке превышает 20%. Согласно положениям статьи 11 Федерального закона «О защите конкуренции», в рамках таких отношений производители не вправе ограничивать для дистрибьюторов цену продаж. Вместо этого некоторые крупные производители используют рекомендуемые цены. Тем не менее большинство респондентов определяют свою ценовую политику самостоятельно, хотя некоторые из них отметили, что производители или импортеры оказывают влияние на размер устанавливаемой надбавки или цену.

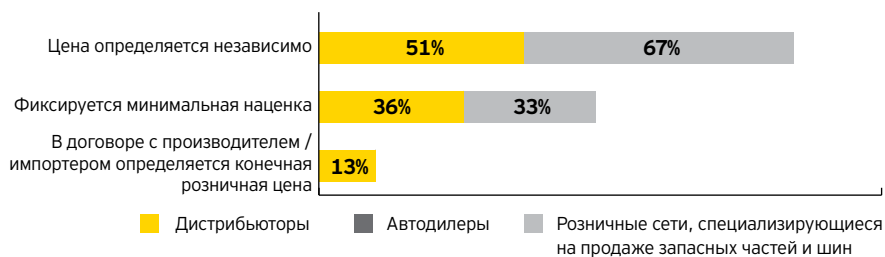
Дистрибьюторы, автодилеры и представители розничных сетей, занимающихся продажей запасных частей и шин, отметили в ходе опроса, что наиболее дорогими продуктами являются синтетические масла и пластичные смазки. Цены на них варьируются от 300 до 500 рублей за литр и зависят от вязкости и других технических характеристик. Минеральные и полусинтетические масла стоят дешевле. Некоторые респонденты сообщили, что устанавливают на смазочные масла и пластичные смазки надбавку свыше 15%.

Влияние обесценения рубля

Автодилеры отмечают рост цен на смазочные материалы. Об этом также свидетельствуют данные из последнего отчета аналитического агентства «АВТОСТАТ». Как было указано выше, с августа 2014 года по август 2015 года цены на смазочные материалы импортных брендов в среднем увеличились на 31%, а на отечественные моторные масла – на 8%.



ГРАФИК 16. КАК ВАША КОМПАНИЯ ФОРМИРУЕТ ЦЕНЫ НА СМАЗОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ?



Источник: опрос ЕУ.

Мнение ЕУ

В связи с ростом цен на импортные смазочные материалы все больше потребителей будут переходить на отечественную продукцию. Помимо этого, ожидается снижение надбавок, устанавливаемых дистрибьюторами, автодилерами и розничными сетями, специализирующимися на продаже запасных частей и шин.

Заключение



Российский рынок
смазочных материалов
трансформируется
под влиянием
экономических
и технологических
факторов.

На фоне сокращения продаж автомобилей и замедления темпов производства в России спрос на смазочные материалы снижается. Снижение спроса также может быть обусловлено активным использованием предприятиями энергосберегающего оборудования. Однако с учетом проводимой модернизации и замены устаревшего оборудования, оставшегося еще с советских времен, а также все более широкого внедрения зарубежного оборудования в долгосрочной перспективе ожидается рост спроса на смазочные материалы иностранных брендов, необходимые для его эксплуатации.

Обесценение рубля привело к сокращению спроса на импортные смазочные материалы, который может снизиться еще больше в связи с планами крупных российских производителей по расширению своих мощностей.

Часть участников опроса отмечают уменьшение объема продаж и смещение спроса в сторону продукции более низких ценовых сегментов. Такой сдвиг в первую очередь наблюдается в промышленности, в то время как в розничном сегменте потребители, как правило, сохраняют верность выбранному бренду смазочных материалов.



Контактная информация



Григорий Арутюнян

Партнер, руководитель группы по оказанию услуг
компаниям нефтегазовой отрасли в СНГ
Тел.: +7 (495) 641 2941
Grigory.S.Arutunyan@ru.ey.com



Денис Борисов

Директор по аналитике,
Московский нефтегазовый центр
Тел.: +7 (495) 664 7848
Denis.Borisov@ru.ey.com



Юлия Логинова

Менеджер, консультационные услуги по сделкам,
слияния и поглощения
Тел.: +7 (495) 660 4853
Julia.Loginova@ru.ey.com





Краткая информация о компании EY

EY является международным лидером в области аудита, налогообложения, сопровождения сделок и консультирования. Наши знания и качество услуг помогают укреплять доверие общественности к рынкам капитала и экономике в разных странах мира. Мы формируем выдающихся лидеров, под руководством которых наш коллектив всегда выполняет взятые на себя обязательства. Тем самым мы вносим значимый вклад в улучшение деловой среды на благо наших сотрудников, клиентов и общества в целом.

Мы взаимодействуем с компаниями из стран СНГ, помогая им в достижении бизнес-целей. В 20 офисах нашей фирмы (в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Владивостоке, Южно-Сахалинске, Тольятти, Алматы, Астане, Атырау, Бишкеке, Баку, Киеве, Ташкенте, Тбилиси, Ереване и Минске) работают 4500 специалистов.

Название EY относится к глобальной организации и может относиться к одной или нескольким компаниям, входящим в состав Ernst & Young Global Limited, каждая из которых является отдельным юридическим лицом. Ernst & Young Global Limited – юридическое лицо, созданное в соответствии с законодательством Великобритании, – является компанией, ограниченной гарантиями ее участников, и не оказывает услуг клиентам. Более подробная информация представлена на нашем сайте: ey.com.

© 2016 ООО «Эрнст энд Янг – оценка
и консультационные услуги».
Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей публикации, представлена в сокращенной форме и предназначена лишь для общего ознакомления, в связи с чем она не может рассматриваться в качестве полноценной замены подробного отчета о проведенном исследовании и других упомянутых материалов и служить основанием для вынесения профессионального суждения. Компания EY не несет ответственности за ущерб, причиненный каким-либо лицам в результате действия или отказа от действия на основании сведений, содержащихся в данной публикации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.