

# НЕ УВЯЗЛИ В ИМПОРТЕ: РОССИЙСКИЙ РЫНОК СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Текст: Анна Кучумова

Российский рынок смазочных материалов продолжает трансформироваться. Ушли ведущие иностранные бренды, крупные поставщики присадок и базовых масел, тоже покинули нас, вынудив российские предприятия изменить структуру работы и активизировать производство. Но отдадим должное отечественным разработчикам: в короткое время им удалось достичь многого, по крайней мере, закрыть базовые позиции. И сегодня производители смазочных материалов настроены преимущественно оптимистично, отмечая, что дефицита продукции как такового нет. Да и вообще, может быть, укол адреналина — это как раз то, что требовалось отрасли.



Это притом, что, по словам специалистов, в досанкционные годы российская промышленность очень крепко увязла в импорте. В качестве иллюстрации коммерческий директор ООО «Триботехнические решения» **Антон Архипов** приводит ситуацию с высоконагруженными подшипниками и пластичными смазками для них. С российского рынка ушёл известный европейский производитель оборудования, и в это же время прекратились поставки СМ для этих узлов. Всё это — серьёзный вызов и для добывающих предприятий, и для производителей смазок.

«В данном случае последним нужно не просто подобрать аналог смазки, но и обеспечить тот же срок эксплуатации аналога оригинального подшипника. При этом надо понимать, что мировые производители смазок плотно интегрированы с производителями добывающего оборудования: в инструкциях по эксплуатации техники прописаны марки известных производителей ГСМ. И, чтобы согласовать вопрос при-

менения продукта, в инструкции не упомянутого, иногда требуются месяцы», — объясняет **Антон Архипов**, добавляя, что такие кейсы пока не дают в полной мере оценить влияние санкций на структуру российского рынка СМ.

## «ПУСТОЙ» РЫНОК И АЛЬТЕРНАТИВА

Эксперты сходятся во мнении, что сегодня на российском рынке нет дефицита смазочных материалов и даже сырья для их производства. Хотя перестроился рынок радикально.

«Рынок достаточно быстро адаптировался, и место западных поставщиков тех же присадок заняли их коллеги из Китая, ОАЭ и других стран. Также собственные пакеты присадок продолжают разрабатываться и в России. Поэтому я считаю, что в данный момент не наблюдается какого-либо дефицита в базовых компонентах смазочных материалов, можно сказать, что российский рынок этот кризис преодолел», — полагает руководитель технического отдела ООО

«ТСОЙЛ» (бренд ST OIL) *Евгений Сухинин*.

«Санкции запустили перераспределение мест среди главных игроков рынка смазочных материалов. При этом дефицита не наблюдается, ниши ушедших брендов заняли российские производители, ранее оставшиеся в тени знаменитых брендов», — согласен коммерческий директор ООО «ТСМ-ОЙЛ» (официальный дистрибьютор Exsoil Lubricants) *Вадим Лобай*.

*Антон Архипов* отмечает, что дефицита продукции в отрасли, пожалуй, всё-таки нет. Но вот сложностей санкции добавили. В конце концов, не просто так импортная продукция была так популярна в России, не просто так именитые бренды были известны во всём мире. Линейка продукции такого производителя — это результат работы большой команды инженеров, а также продолжительных испытаний. И очень сложно создать аналогичную линейку оперативно.

«Западные компании вкладывают значительные ресурсы в исследования и разработки, чтобы предлагать инновационные продукты, отвечающие требованиям современных технологий и отраслей. В настоящее время портфель технических решений западных производителей более разнообразен и широк, чем у отечественных предприятий. Особенное внимание следует обратить на узкоспециализированные смазки, например решения для высоконагруженных механизмов и со специфичными режимами работы.

Европейские компании могут предлагать более широкий спектр продуктов и инновационные решения. В то же время отечественные производители могут быть более гибкими в адаптации к местным условиям и предоставлении более доступных ценовых предложений», — рассуждает *Антон Архипов*.

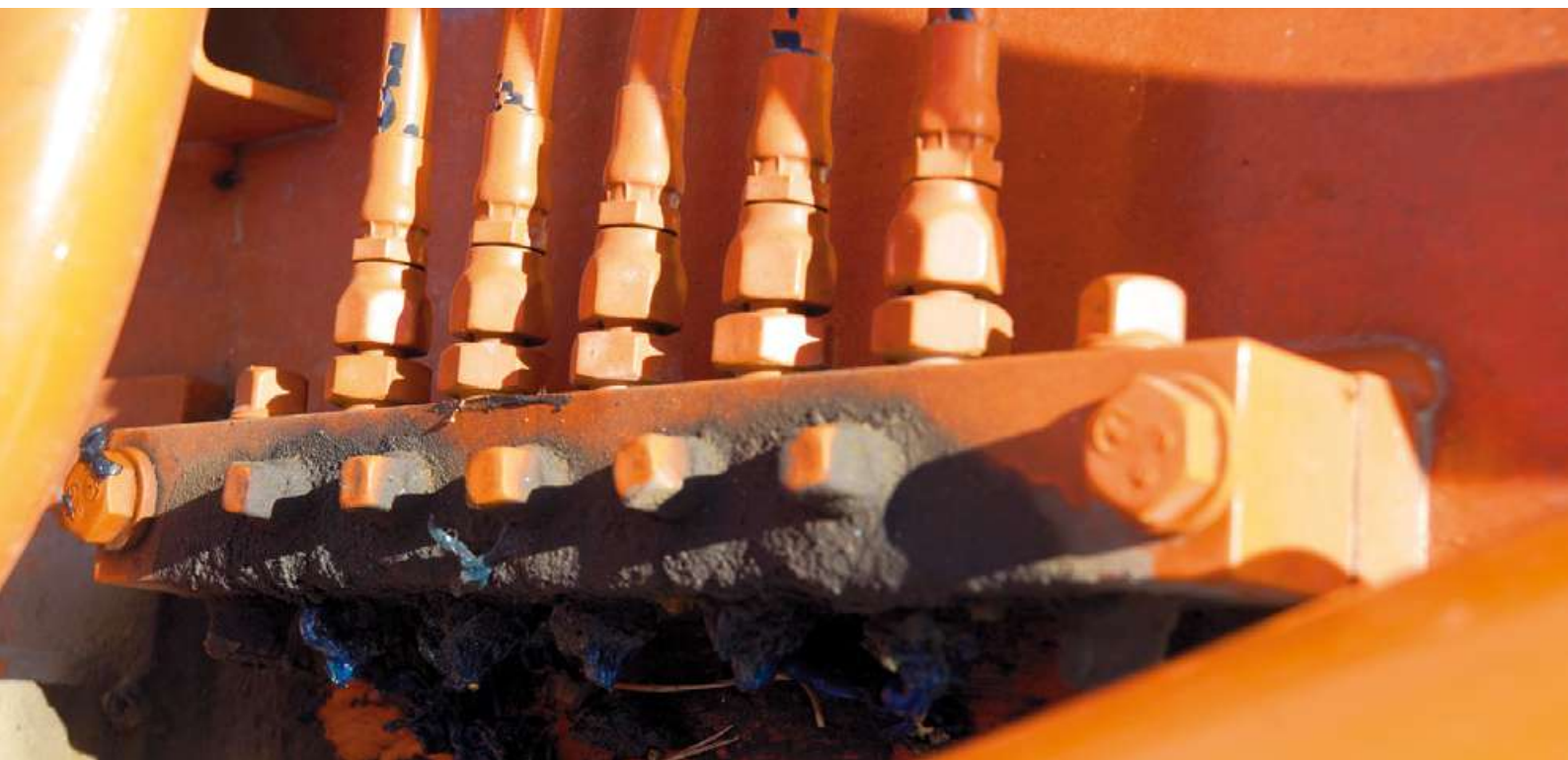
Как бы то ни было, совершенно очевидно, что присутствие европейских смазочных материалов на российском рынке уменьшилось, а российских — существенно увеличилось. Европейская продукция, кстати, не исчезла совсем, идут поставки по схемам параллельного импорта. Понятно, что тут никто не несёт ответственности ни за оригинальность продукта, ни за его качество. Часть объёмов поставляют компании из «друже-



ственных» стран: Индии ОАЭ, Турции, Китая. При этом, по словам *Евгения Сухинина*, официально на российском рынке сегодня работают только отечественные производители, а поставки из «дружественных» стран — это проекты российских дистрибьюторов. Производители смазочных материалов из этих стран лично сами на рынок РФ не заходят. И в результате, по оценкам г-на *Сухинина*, рос-

сийским производителям сегодня принадлежит не менее 80% отечественного рынка смазочных материалов.

На нашем рынке пока работают, причём вполне официально, ещё и корейские производители, добавляет *Вадим Лобай*. С японской продукцией нам, похоже, придётся попрощаться, потому что недавно Япония ввела санкции в отношении России, и в последнем пакете есть



запрет на поставку масел из Страны восходящего солнца. Специалист соглашается с тем, что доля России на рынке смазочных масел заметно выросла, и оценивает её в 70%.

О том, что отечественные производители активизировали исследования и разработки и интенсивно внедряют новые продукты, говорит и *Антон Архипов*. Новые решения призваны заменить импорт. При этом специалист осторожно отводит российским компаниям около половины родного рынка.

Впрочем, есть разница между производителями смазочных материалов и компонентов для них. Когда в начале лета 2022 года мы говорили с начальником управления индустриальных продаж и развития сервиса «ЛЛК-Интернешнл» (100% дочернее предприятие ПАО «ЛУКОЙЛ») *Дмитрием Мещеряковым*, он обращал внимание на то, что, во-первых, после ухода западных поставщиков масел у нас образовался «пустой» рынок. А во-вторых, что компонентная база — это реальная проблема.

«Ни для кого не будет секретом, что все смазочные материалы в основном состоят из базовых масел и присадок. Последние почти на 100% импортировались в Россию из Америки, Великобритании, Германии, Италии и других стран. Все без исключения компании из вы-

шеперечисленных стран отказались от сотрудничества с российскими партнёрами, так что Россия практически осталась без присадок», — говорил *Дмитрий Мещеряков*, добавляя, что у «ЛУКОЙЛа» имеется собственная производственная база, «где среди прочего выпускается такой дефицитный продукт, как присадки для моторных масел».

По прошествии двух лет участники рынка отмечают, что ситуация в целом стабилизировалась.

«Базовых масел в России в целом хватает, чтобы покрыть нужды производства, также наша страна импортирует эту продукцию из Катар, Южной Кореи», — отмечает *Вадим Лобай*.

*Евгений Сухинин* уточняет, что базовые масла трёх основных групп производят в России, причём производят уже давно в достаточном количестве, с качеством также проблем нет. Более того, до санкций российские базовые масла успешно экспортировались на Запад, где их применяли крупные бренды. Базовые масла 4-й и 5-й групп в основном импортируются, но дефицита тут тоже не наблюдается.

«С присадками ситуация посложнее. С одной стороны, их производители в России есть, и качество вполне хорошее, с другой — объём выпускаемой продукции пока не достиг того размера, чтобы пе-

рекрыть все потребности рынка. Так что по этому продукту сохраняется высокая импортозависимость, однако её устранение — дело времени. Главный фактор преодоления импортозависимости — развитие производств присадок и базовых масел четвёртой и пятой групп. То есть появление новых производителей и расширение действующих», — подчёркивает г-н *Сухинин*.

«Большинство производителей сегодня используют китайские присадки Richful, но некоторые завозят продукцию так называемых главных игроков: Aftton, Infernum, Lubrizol, BRB, PXL и других», — добавляет *Вадим Лобай*.

#### А ПРОИЗВОДИТЕЛИ КТО?

Итак, кто же эти самые российские компании, откуда они взялись и почему громко заявили о себе только сейчас?

Наши собеседники говорят, что большая часть игроков присутствовала в России и прежде. Кто, например, не знает «Лукойл», «Газпромнефть», «Синтек»? К слову, они ведут большую работу в части импортозамещения, активно разрабатывают новые продукты. *Антон Архипов* вообще говорит, что не видит в отрасли именно новых игроков: речь, скорее, идёт о том, что существующие предприятия оперативно адаптировали линейку продукции к новым потребностям.



Фото: jcomp-Freepik

«Мы заметили рост продаж у некоторых небольших предприятий за последние два года. Очевидно, с уходом западных производителей продукт попал в яблочко», — отмечает г-н Архипов.

Вадим Лобай отмечает, что новые компании на рынке всё-таки есть, но соглашается с тем, что сегодня активизировались те игроки, которые прежде занимали небольшую долю рынка и были не слишком известны из-за высокой конкуренции. А некоторые компании пошли по пути запуска контрактного производства на мощностях крупных предприятий.

Кроме того, на рынке смазочных материалов действует и схема, существующая в других отраслях, когда бывшие дилеры иностранных производителей, получив необходимый опыт, применяют его при создании собственных компаний. Например, работала в далекие досанкционные годы в России компания Shell, и был у неё в нашей стране сервисный партнёр. А, когда продукцию Shell к нам завозить перестали, российский коллектив решил продолжить работу в этом направлении, но основать собственный бренд. Сегодня эта компания производит собственные продукты: от моторных масел до сложных пластичных смазок. Кстати, её производственные площадки находятся не в России, а в Турции и Испании, и это тоже

один из возможных путей. Речь идёт о бренде Rocket Lubricants, об истории предприятия рассказал руководитель технического департамента ООО «Ракета Лубрикантс» Антон Федулов.

Это важный момент, потому что, как мы уже говорили, производство смазочных материалов — отрасль наукоёмкая, тут нужны знания, коллектив, опыт.

«Действительно, производство смазочных материалов — технологически сложное, наукоёмкое и капиталоемкое дело. Но все необходимые технологии в России для производства смазочных материалов есть, заводы — тоже. Некоторые производственные площадки остались как наследие от ушедших компаний, со всем оборудованием и специалистами. Также строятся новые современные независимые производства.

В нашей стране достаточно грамотных технологов, сильных научных центров, укомплектованных и сертифицированных лабораторий. Сохранился доступ и к мировым технологиям. В настоящее время в России возможно производить смазочные материалы практически любого уровня качества, были бы желание и средства», — патриотично заявляет Евгений Сухинин.

По наблюдениям Антона Архипова, сегодня российские специалисты

активно включились в процесс разработки новой продукции: специалист даже назвал текущий период «звёздным часом для российских изобретателей и патентообладателей». Конечно, им ещё предстоит пройти «тернистый путь» до внедрения этих изобретений в производство, но хороший старт у нас есть.

«Нужно ведь создать продукт как минимум не хуже европейского, за которым тоже стоят НИИ, учёные. Но недавно мы были на промышленной выставке в Санкт-Петербурге, и на нашем стенде состоялось много интересных встреч с изобретателями и патентообладателями. Решения очень интересные, перспективные. И каждое такое решение — это отдельный проект, производственные мощности, ниша», — делится наблюдениями г-н Архипов.

#### ДОБЫЧА ТРЕБУЕТ

Вопрос компетентности специалистов существующих компаний-производителей тем более важен, что мы говорим о смазочных материалах для горной отрасли. Производители оборудования, комплектующих, расходников и ГСМ не скрывают, что условия добывающего предприятия оказываются одними из самых сложных. Тут, что называется, всё сошлось.

Добыча полезных ископаемых идёт круглосуточно и круглогодично



Фото: gazpromneft-sm.ru

но, в том числе в условиях перепадов температур. Дорожные условия здесь сложные, техника перегружена. Всё это определяет требования к смазочным материалам.

«Например, технические жидкости должны быть крайне морозостойкими, а значит, содержать в составе большой процент синтетических базовых масел. Однако в то же время продукт должен быть адаптирован к работе в условиях высоких температурных нагрузок, когда, техника, скажем, с улицы заезжает в тоннель или в условиях перегрева и перегруза доставляет породу на верхние уровни карьера», — отмечает *Евгений Сухинин*.

Также специалист обращает внимание на высокое пылевое загрязнение, в котором работают механизмы в горной индустрии. Поэтому здесь особенно актуальным становится вопрос о ресурсе ГСМ, их быстрой сработке. Это значит, что пакет присадок должен быть максимально подходящим.

*Антон Архипов* также напоминает, что горная добыча — это одна из самых опасных отраслей, для неё характерно множество рисков. И одной из задач смазочных материалов становится предотвращение опасных ситуаций и обеспечение безопасности работников, то есть ГСМ должны быть как минимум пожаробезопасны. К тому же сегодня добывающие предприятия стремятся стать более «зелёными», поэтому отдают предпочтение более экологически чистым решениям. Проще говоря, смазочные матери-

алы не должны загрязнять воду или воздух. В качестве примера специалист приводит составы на полимерной основе для обработки внешних открытых механизмов, полностью инертные к воде.

Очевидно, что спецтехника, работающая в карьерах и шахтах, требует особого подхода и специализированных смазочных материалов. Но *Антон Архипов* обращает внимание на то, что всё то же самое можно сказать и о другом оборудовании, задействованном в технологических процессах.

Возьмём, например, дробилки. Это оборудование, работа которого построена на механическом воздействии на руду: удар, сжатие или трение для разрушения материала. Это ли не экстремальные условия и высокие нагрузки? И, чтобы дробильное оборудование работало надёжно и производительно, нужны качественные смазочные материалы, способные обеспечить защиту от износа.

«Например, подшипники дробильного оборудования эксплуатируются в режиме высокой нагрузки, температуры и вибрации. Требования к пластичной смазке — высокая нагрузка сваривания, особый температурный режим. По словам механиков, подшипники иногда меняют один раз в 6, а иногда и в 3 месяца. А это остановка оборудования, простой, монтаж/демонтаж. Выбор качественной смазки (и подшипников) определяет затраты за обслуживание дробильного оборудования», — объясняет *Антон Архипов*.

Или другая история — подъёмное оборудование, которое также задействовано в добывающей промышленности. Причём здесь оно работает в условиях повышенной запылённости и влажности, испытывает температурное и химическое воздействие. Эти факторы могут приводить к коррозии, износу и нештатному выходу из строя. Да и в целом постоянные подъёмы и перемещения грузов способствуют износу механизмов.

«Для минимизации износа и продления срока службы подъёмного оборудования важно регулярно проводить техническое обслуживание: следить за состоянием компонентов и использовать качественные смазочные материалы.

Отмечу, что затраты на эксплуатацию подъёмного оборудования в добывающей промышленности составляют значительную статью расходов предприятия. К тому же износ реборд колёс мостовых и козловых кранов приводит к частой замене колёс. Если уровень износа крана представляет опасность для работников предприятия. И именно реборды определяют срок службы колёса мостового крана. Ходовые колёса стоят дорого. И просто заменять их при износе реборды экономически нецелесообразно.

Европейские производители смазочных материалов предлагали решения по увеличению реборд колёс кранов. Однако и отечественные решения не уступают им по всем параметрам. На ряде крупных пред-



приятый в нашей стране для обработки открытых механизмов вместо состава немецкого производителя сегодня применяют российские решения. И последние демонстрируют даже более высокие технико-экономические характеристики», — рассказывает *Антон Архипов*.

Так что задача перед отечественными производителями стоит непростая. Но, считает специалист, можно посмотреть на это и по-другому. Россия — добывающая страна, и наши компании, разрабатывая составы ГСМ, изначально адаптируют их к местным задачам и потребностям. К тому же, как мы уже говорили, российские производители активно инвестируют в исследования и разработки. Это позволяет отвечать требованиям добывающей промышленности. Плюс к тому сроки производства и поставки, которые могут предложить российские предприятия, значительно ниже, а это возможность оперативно решать вопросы эксплуатации без простоев производства.

Что касается адаптации ГСМ, то здесь интересный кейс есть у компании *Rocket Lubricants*. Одним из первых видов продукции собственной разработки производителя стала арктическая смазка, которая сохраняет прокачиваемость при  $-67^{\circ}\text{C}$ . Ещё до 2022 года её начали применять добытчики, чьи объекты находятся в северных широтах, и они до сих пор используют этот продукт.

«По собственному опыту могу сказать, что крупные холдинги не размениваются на то, чтобы собирать обратную связь от дистрибьюторов. Есть универсальный каталог, из него заказчики и выбирают то, что более-менее подходит. А если конкретного владельца техники, например, на севере России, не устраивает работа смазочных материалов в условиях низких температур, то не будет глобальная компания для него создавать индивидуальную рецептуру.

А мы за такие задачи берёмся. Мы создаём смазочные материалы для различных отраслей промышленности, но горная индустрия — это наш „любимчик“: с этой отрасли мы начинали, с ней мы хорошо знакомы. Я сам в бытность молодым специалистом много общался с механиками и отлично знаю, что здесь вечная «головная боль» — это смазки для тяжело нагруженных узлов экскаватора, которые должны работать в условиях экстремально низких температур. Взяв за основу требования реальных пользователей, мы и создали продукты собственной линейки», — говорит *Антон Федулов*.

Специалист вообще считает, что будущее индустрии смазочных материалов именно за узкоспециализированными, нишевыми продуктами. Если в 1990-х годах нормой было использование для двигателя, гидравлики и трансмиссии универсального тракторного масла, то сегодня владельцы техники стремятся

использовать смазочные материалы «особого назначения».

«Смазочные материалы для добывающей промышленности — одни из самых крепких и современных продуктов. Сделать их — задача нетривиальная. В первую очередь необходим достаточный опыт работы с маслами в принципе и с добывающей техникой в частности. Нужны сильная команда специалистов, современное точное оборудование, качественное сырьё и другие факторы.

Создать подобный продукт могут далеко не все производители, особенно новички, однако уже сейчас в России на рынке присутствуют масла и смазки необходимо высокого уровня, которые полностью подходят для использования в добывающей промышленности», — уверен *Евгений Сухинин*.

#### ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ

Итак, как же в таком случае будет выглядеть российский рынок смазочных материалов в будущем? Поставщики из каких стран будут здесь присутствовать?

Все опрошенные нами специалисты сходятся во мнении, что к тотальному импортозамещению мы не придём, на рынке сохранится широкая география. Например, есть производители смазочных материалов в Беларуси, скажем, ОАО «Нафтан» и ОАО «Лидский маслозавод». Они предлагают различные виды смазочных материалов и имеют свою дистрибьюторскую сеть. Можно выделить и казахстанских производителей: *KazMunayGaz Lubricants* и *PetroKazakhstan Oil Products*. Они предлагают продукцию для различных отраслей и имеют свои производственные мощности.

Конечно же, нельзя сбрасывать со счетов Китай, который является одним из крупнейших производителей смазочных материалов в мире. В стране есть множество компаний, таких как *Sinopet*, *PetroChina*, *Fuchs China*. Они предлагают широкий ассортимент смазочных материалов и присутствуют на международном рынке. Производят ГСМ и в Индии, здесь можно упомянуть *Indian Oil Corporation*, *Bharat Petroleum*, *Castrol India*.

*Антон Архипов* отмечает, что целый перечень факторов будет определять расстановку сил на этом рынке. Это не только качественные характеристики продукции, но и цена,

сервис, маркетинговые мероприятия. Эксперт согласен с тем, что будущее — за специализированными, узконаправленными решениями, и в конкурентной борьбе победит тот, кто сможет предложить таковые.

Специалисты предрекают рост рынка смазочных материалов, поскольку ожидается развитие отраслей-потребителей этой продукции:

предприятий добывающей, энергетической промышленности. Это создаст конкурентную среду в индустрии.

«Структура рынка смазочных материалов, наверное, будет зависеть всё-таки от внешних факторов. Вакуум, созданный уходом из рынка западных производителей, заполнится. Вопрос в том, какой ценой

и качеством. Научная база, технологии, опыт — это то, что определяет положение на рынке. И это то, в чём преуспели западные компании. Я думаю, мы увидим на отечественном рынке местных производителей, а некоторые ниши займут компании из „дружественных“ стран, которые имеют доступ к технологии и возможность развивать долгосрочные проекты», — поделился мнением **Антон Архипов**.

А вот **Евгений Сухинин** полагает, что новая структура рынка сегодня уже сложилась, а ведущее положение отечественных поставщиков — это уже случившийся факт. Расклад едва ли изменится в ближайшие годы, особенно в режиме действующих санкций.

«Отечественная продукция однозначно выигрывает по цене, российские компании способны обеспечить стабильные поставки. Да и по качеству наши ГСМ не уступают продукции западных конкурентов.

Параллельный импорт тоже будет, однако его объёмы несопоставимы с потребностями рынка. Так что его доля будет уменьшаться пропорционально росту уровня доверия к отечественным смазочным материалам. Аналогичная ситуация и с продуктами из дружественных стран. Они есть, но они не лучше российских и, как правило, дороже, а поставки их нестабильны.

На любой импортный продукт уже сейчас в России есть свой ответ, не уступающий по характеристикам. Наблюдается некое недоверие к отечественным продуктам со стороны потребителей, но это нормально: чем больше будет появляться положительных примеров использования российских масел потребителями, тем быстрее это недоверие уйдёт», — рассуждает г-н **Сухинин**.

«Отрасль производства смазочных материалов в России развивается, и доля отечественных производителей ГСМ будет только увеличиваться. Всегда будут появляться новые бренды из стран, с которыми Россия поддерживает деловые связи. Но всё же доля отечественной продукции будет расти. Считаю, что в сложившейся ситуации российские компании будут совершенствовать технологии производства СМ. Это позволит успешно конкурировать с мировыми производителями смазочных материалов», — соглашается **Вадим Лобай**. **DT**

