

УДК 338.26/665.71

**БОЛГАРСКИЙ РЫНОК И НЕОБХОДИМОСТЬ
НОВОГО ТОПЛИВНОГО БРЕНДА «МАКС»**

**BULGARIAN MARKET AND NECESSITY
OF A BRAND NEW FUEL “MAX”**

Манолов Д.Д., Гришина И.Н.

«БУРГАСНЕФТЕПРОЕКТ» ЕООД, Болгария, г. Бургас,
Российский государственный университет нефти и газа
им. И.М. Губкина, г. Москва, Российская Федерация

D.D. Manolov, I.N. Grishina

“BURGASNEFTEPROEKT”, EOOD, Bulgaria, Burgas,
Russian State University of Oil and Gas I.M. Gubkin,
Moscow, Russian Federation,

e-mail: dragomirmanolov@mail.ru

Аннотация. Стратегическим направлением развития Бургасского нефтеперерабатывающего завода (НПЗ) «ЛУКОЙЛ НЕФТОХИМ – БУРГАС» АД компании ОАО «ЛУКОЙЛ» на рынке Балканского полуострова являются: обеспечение оптового и розничного рынка высококачественным и экологически чистым топливом класса Евро-5 и сохранение лидирующего положения на нём.

В настоящее время страны Европейского союза (ЕС) испытывают дефицит дизельного топлива, т.н. «дизельный голод». В значительной мере нехватка дизельного топлива на рынке стран ЕС

является следствием изменений стандарта производства автомобильного дизельного топлива, выпускаемого по требованиям качества, заложенным в стандарте EN590. Повсеместное использование дизельного топлива диктуется необходимостью экономии. Поэтому на рынке стран ЕС наметилась тенденция к возрастанию числа автомобилей, оснащенных дизельными двигателями, доля которых по отношению к бензиновым автомобилям в настоящее время увеличилась в полтора раза. В настоящее время в странах Восточной Европы, в том числе и на Балканах, существует дефицит дизельных топлив, который будет нарастать. На период с 2015 по 2030 гг. дефицит, по прогнозу, может составить 45 млн. т/год. Это постоянно увеличивает цены на дизельное топливо в Республике Болгарии, которые в рамках ЕС имеют самые низкие значения, порядка 1,28 – 1,30 евро/л.

Для преодоления сложившегося дефицита необходимо расширить мощности нефтепереработки на Бургасском НПЗ, и наладить схему повышенного выпуска топлив класса Евро-5. Разработана и внедряется большая инвестиционная программа на Бургасском НПЗ превышающая 1 млрд.долл. США. Но особенно важно сохранить перед рядовыми потребителями сложившийся авторитет, как компании-поставщика на рынок высококачественного и экологически чистого топлива. Это свидетельствует о внимании, которое уделяется задаче сохранения экологии в регионе присутствия на Балканах вертикально интегрированной нефтяной компанией (ВИНК) ОАО «ЛУКОЙЛ».

Новый топливный бренд компании «ЛУКОЙЛ БЪЛГАРИЯ» ЕООД будет конкурировать с остальными брендами нефтяных компаний на рынке. Моторное топливо «Макс» может наравне с

реализуемыми сегодня НК «ЛУКОЙЛ» топливами «ЭКТО», вырабатываться по новым фирменным стандартам и по показателям качества будет соответствовать требованиям Европейских Стандартов (EN 228, EN 590).

Abstract. The strategic direction for the development of the Burgas Refinery LUKOIL NEFTOCHIM – BURGAS AD, company OAO LUKOIL at the market of the Balkan Peninsula is the following: provision of wholesale and retail high quality and environmentally friendly fuel of Euro -5 class and keeping the leading position on it.

The European Union (EU) countries are currently experiencing deficit of Diesel fuel, the so-called "Diesel shortage". The lack of Diesel fuel at the EU market is a consequence of the changes in the standard for Diesel engine fuel produced in compliance with the quality requirements laid down in standard EN590. Widespread use of Diesel fuel is dictated by necessity to make savings. Therefore, the EU market has tended to increase the number of vehicles equipped with diesel engines, the proportion of which in relation to gasoline vehicles at present time has increased by half. Currently, in the countries of Eastern Europe, including the Balkans, there is a shortage of Diesel fuel, which will accrue. For the period from 2015 to 2030, deficit is projected to reach 45 million t/y. This is the reason for the constant increase of Diesel prices in the Republic of Bulgaria, which in the EU have the lowest values of the order of 1.28 - 1.30 Euro/ liter.

To overcome this deficiency it is necessary to expand the refining capacity of Burgas refinery, and develop a scheme to increase the output of fuels of Euro -5. A large investment program for Burgas refinery exceeding \$ 1 billion has been developed and its implementation is in progress. However, it is especially important to keep the present position at the

market for ordinary customers as the company–vendor of high-quality and environmentally friendly fuel. This testifies the attention paid to the preservation of environment at the Balkans region where vertically integrated oil company (VIOC) OAO LUKOIL is present.

The new fuel brand of LUKOIL BULGARIA EOOD will compete with other brands of oil companies at the market. Motor fuel "Max" can be produced on a par with the presently sold fuels “ЕКТО” of Oil Company LUKOIL as per new brand standards and in terms of quality will meet the requirements of European Standards (EN 228, EN 590).

Ключевые слова: дизельные топлива, автомобильные топлива, автомобильные парки, моторные топлива, деэмульгаторы, Республика Болгария, компьютерная диагностика, моющие присадки.

Key words: diesel fuel, automobile fuel, automobile parks, motor fuels, demulsifiers, Republic of Bulgaria, computer diagnostics, detergent additives.

Ассортимент и качество используемых в настоящее время моторных топлив определяются в основном структурой автомобильного парка. Прогресс в области производства топлив в течение последних 15 лет направлен на повышение их качества и ужесточение требований к экологическим показателям.

Выбросы токсичных веществ с отработавшими газами автомобиля в первую очередь зависят от его конструкции и технического состояния. Современные автомобили обеспечивают качественно новый уровень токсичности отработавших газов и топливной экономичности.

Надежная эксплуатация современных автомобилей,

практически, невозможна без использования присадок, улучшающих эксплуатационные и экологические свойства топлив. Среди различных присадок, добавляемых в топлива, особый интерес, на наш взгляд, представляют моющие и многофункциональные присадки, способные улучшать качество топлив одновременно по нескольким показателям.

Известно, что любые изменения, внесенные в конструкцию двигателей, с целью повышения их мощности, снижения расхода топлива и вредных выбросов, обычно способствуют образованию отложений на элементах двигателя. Наиболее интенсивно оно происходит в инжекторах и на впускных клапанах. Образование отложений на указанных деталях приводит к нарушению первоначальной регулировки двигателя и, как следствие, к увеличению расхода топлива, снижению мощности и возрастанию токсичности отработавших газов. Поддержание характеристик автомобиля в процессе эксплуатации на стабильном уровне возможно, путем использования топлив с моющими присадками. Автомобильные топлива, полученные по действующим в настоящее время технологиям, не могут обеспечить чистоту топливной системы двигателя в процессе его эксплуатации. Замечено, что даже малое количество отложений в системе топливоподачи или камере сгорания может нарушить работу двигателя и сделать ее неэффективной. Таким образом, эксплуатация новейших моделей, оснащенных системами бортовой компьютерной диагностики, становится невозможной без применения эффективных присадок, контролирующих образование отложений во всей топливной системе.

Стратегическими направлениями деятельности ОАО «ЛУКОЙЛ» и в частности «ЛУКОЙЛ НЕФТОХИМ – БУРГАС» АД,

являются: повышение капитализации и получение преимуществ перед конкурентами на внутреннем и внешнем рынках. Для осуществления этих направлений необходимо производить нефтепродукты, качество которых отвечает требованиям рынка. В последние годы приоритетными направлениями работы компании являются, наряду с увеличением объемов переработки сырья, производство высококачественных и экологически чистых топлив с низким содержанием сернистых соединений. Повышение качества и конкурентоспособности продукции - приоритетные задачи технической политики Компании.

Разработка новых моторных топлив с улучшенными эксплуатационными свойствами - важный шаг на этом пути. С целью улучшения эксплуатационных свойств, в новые моторные топлива вводят пакеты присадок, обеспечивающие моющие и улучшающие антикоррозионные свойства автомобильных бензинов, а также улучшающие моющие и антидымные свойства дизельных топлив. Добавляемые в топлива деэмульгаторы отвечают за чистоту топлив: отсутствие в них механических примесей и воды. Ускорение процесса заправки автомобиля достигается, путем использования в топливах антипенной присадки, препятствующей образованию пены в топливе. Добавляемые в топлива катализаторы горения способствуют полноте сгорания топлив и снижают количество вредных выбросов, поддерживая двигатель в хорошей форме. Все эти химмотологические свойства будут присущи новому высококачественному топливу, марки «Макс».

Таким образом, моторные топлива «Макс» вместе с реализуемыми в настоящее время топливами «ЭКТО» НК «ЛУКОЙЛ»

вырабатываются по новым фирменным стандартам и в целом отвечают Европейским Стандартам (EN 228, EN 590:2004).

Перерабатывающие мощности «ЛУКОЙЛ НЕФТОХИМ – БУРГАС» АД, начиная с 2009 года, полностью перешли на выпуск топлив, соответствующих классу Евро-5.

Реализация топлив класса Евро-5 в крупных городах оказывает положительное воздействие на окружающую среду. Это является одним из активно используемых методов решения экологических проблем в ряде развитых стран.

Одним из важных эксплуатационных показателей качества автомобильных бензинов «Макс – Бензин» будет являться их моющие свойства.

Изменения в конструкции двигателя автомобиля, направленные на снижение содержания вредных компонентов в отработавших газах, увеличивают вероятность образования отложений на впускных клапанах.

На рисунке 1 показано состояние впускных клапанов при использовании автобензина без моющей присадки (а) и с присадкой (б):



а)



б)

Рисунок 1. Состояние впускных клапанов при использовании автобензина без моющей присадки (а) и с присадкой (б)

Из фотографий, приведенных на рисунке 1, хорошо видно, что использование моющей присадки в топливе «Макс – Бензин» является эффективным и экономически выгодным способом сохранения выпускных клапанов двигателя в чистоте в процессе его эксплуатации. Моющая присадка обеспечивает снижение выбросов CO и углеводородов в отработавших газах – на 50-60 %, $(NO)_x$ - на 20%, снижает расход топлива на 3-5% и уменьшает количество отложений в топливной системе в среднем на 60 – 70 %.

Таким образом, автомобильные бензины, фирменной марки «Макс – Бензин», помимо улучшенных экологических характеристик, за счет уменьшения содержания в нем ароматических углеводородов и сернистых соединений, обеспечивают и улучшение эксплуатационных характеристик двигателя, уменьшая вероятность выхода его из строя, в том числе и по причине поддержания в чистоте его деталей в процессе эксплуатации. Использование деэмульгатора снижает до минимума возможность попадания воды и механических примесей в бак горючего. Вводимые, кроме того, катализаторы горения увеличивают мощность двигателя, за счет повышения полноты сгорания топлива.

Дизельное топливо, марки «Макс – Дизель», предназначенное для работы автомобилей с дизельными двигателями, обладает улучшенными эксплуатационными характеристиками, в частности, моющими свойствами. При использовании «Макс - Дизель» распылители форсунок дизеля поддерживаются в чистом состоянии, топливная система и топливный бак надежно защищены от коррозии. Снижение, за счет применения присадки, пенообразования позволит значительно повысить скорость заправки. На рисунке 2 представлена работа распылительных форсунок: а) после длительной работы на

топливе без моющей присадки; б) после длительной работы на топливе с моющей присадкой.

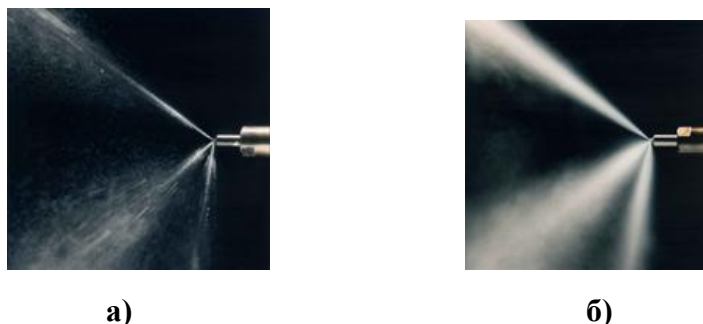


Рисунок 2. Состояние распылительных форсунок при использовании дизельного топлива

(а) без моющей присадки; (б) с моющей присадкой

Применение «Макс – Дизель» позволит: повысить надежность работы топливной аппаратуры, облегчит ее техническое обслуживание, повысить мощностные и экономические показатели двигателя на 3 – 5%, уменьшить выбросы вредных веществ (углеводородов, сажи, твердых частиц) с отработавшими газами на 10-15%. Ускорить заправку автомобиля позволит введение в топливо присадки - пеногасителя.

Благодаря своей уникальной формуле, топлива «Макс», будут способствовать содержанию в чистоте топливной системы, снижать износ деталей двигателя и увеличивать мощность двигателя. Дизель, работающий на топливе «Макс», не «заглохнет» без ведома потребителя. Потребитель будет уверен, что он заправляет свой автомобиль не обычным топливом, известной марки, а топливом, каждая капля которого обеспечивает дополнительное ускорение, лучшее и комфортное вождение. Используемые в топливах «Макс – Бензин» и «Макс – дизель» присадки будут поддерживать двигатель в

оптимальном состоянии при рабочих условиях, снижая расход топлива и увеличивая его время пробега без ремонта. По этим причинам потребители будут возвращаться на АЗС «ЛУКОЙЛ», чтобы заправить свой автомобиль новой порцией топлива «Макс». Улучшение экологической ситуации в регионах, которое будет происходить, за счет повышения полноты сгорания топлив, особенно ощутимо будет в больших городах, таких как София, Пловдив, Варна, Бургас и др. Компания ОАО «ЛУКОЙЛ» разработала, производит и успешно реализует уже 2 года на рынке РФ топлива, марки «ЭКТО», качество которых аналогично марке «Макс».

Себестоимость производимой марки будет несколько выше, чем обычных топлив. Принимая во внимание улучшенные экологические свойства новых топлив, марки «Макс», в будущем можно попытаться привлечь Государственные субсидии, которые смогут облегчить финансовое бремя компании.

Маркетинговая стратегия реализации продукта

Маркетинг стратегически важен для НК, реализующих на рынке в течение многих лет топлива различных марок. Он дает возможность:

1. Улучшить имидж компании, расширить ассортимент предлагаемых марок. Расширение ассортимента, в свою очередь, позволит потребителю выбрать необходимый продукт, исходя из соотношения «цена - качество».

2. Привлекать все больше потребителей и удовлетворять их потребности.

Реализация данной маркетинговой стратегии от «ЛУКОЙЛ НЕФТЕХИМ – БУРГАС» АД увеличила бы популярность торговых

марок и привлекла бы большее количество потребителей с рынка Республики Болгарии (РБ) и Балканского полуострова (БП). В качестве примера рассмотрим маркетинговые стратегии конкурентов: компания Shell внедрила на Болгарском рынке более 5 лет тому назад марку „V-Power”: для бензинов – «V-Power Racing» и для дизельных топлив – «V-Power Diesel»; компания OMV тоже реализует похожую маркетинговую стратегию, предлагая для бензинов – «Super 95» и для дизельных топлив – «Sprint Diesel».

Маркетинговая стратегия ведущих НК более 5 лет включает в себя создание и реализацию различных марок высококачественных топлив, как самую лучшую и качественную рекламу, оказывающую влияние на чувства водителей автомобилей, использующих топлива с высокими химмотологическими характеристиками.

Привлечение новых потребителей обеспечивает увеличение регулярных покупок продукции, что, естественно, увеличивает доходы компании. В связи с этим, был проведен социологический опрос, который определил, что лишь 20% потребителей интересуются только ценами. В то же время, многие автомобилисты готовы отказаться от малых скидок в пользу высокого качества топлив.

Покупателей разделили на пять групп: 1) «Дорожные бойцы»; 2) «Настоящие консерваторы; 3) «Водители F3 - спешащие потребители»; 4) «Домоседы» и 5) «Экономные». Исходя из значений средних денежных затрат, получили следующие цифры: любители дешевизны тратили не более 700 евро/г; «дорожные бойцы» и «настоящие консерваторы» были самыми щедрыми и тратили не менее 1 200 евро/год. Вероятно, в будущем следует ориентироваться именно на эти группы, а также на «Водители F3», полагая, что многие из них перейдут в группу «Дорожные бойцы».

Полученные результаты опроса следующие: «Дорожные бойцы» - 16%; «Настоящие консерваторы» - 16%; «Водители F3» - 27%; «Домоседы» - 21%; «Экономные» - 20%

Накопленный у нас опыт продаж автомобильных топлив показывает, что потребители готовы платить за качественный продукт. Положительный имидж ОАО «ЛУКОЙЛ» облегчает выход на рынок новых марок. Расширение ассортимента дает немало преимуществ - позволяет применять существующие знания о материнской марке для повышения осведомленности о товаре и создания ассоциаций новой марки. Таким образом, расширение облегчает признание нового товара за счет следующих факторов:

- снижение риска, ощущаемого потребителями и дистрибьюторами;
- снижение затрат, связанных с формированием системы сбыта;
- повышение эффективности инвестиций в стимулирование сбыта и раскрутку нового продукта;
- создание необходимого потребителям разнообразия.

Помимо облегчения признания нового товара, расширение дает определенные преимущества, как материнской марке, так и компании в целом, за счет обратной связи между дочерней и материнской маркой. Расширения улучшают имидж материнской марки, повышая силу, приятность и уникальность его ассоциаций, а также доверие потребителей к компании. Потребители верят, что компания знает свое дело, ценят ее заботу об их интересах и симпатизируют ей. Расширения придают значению марки корпоративный оттенок, поскольку, анализируя новые товары, потребители формируют свое

мнение о бизнесе корпорации и ее ключевых преимуществах. Наконец, расширения привлекают новых потребителей и увеличивают охват рынка.

Выводы

Популяризация торговой марки «Макс» с ОАО «ЛУКОЙЛ» приведет к ведущим позициям компании на Болгарском рынке топлив, повышению объемов реализации топлив и существенному улучшению экологии в Республике Болгария.

Список используемых источников

1. Анализ основных показателей и тенденций развития ведущих мировых нефтяных компаний / Комарова А.И. и др. М.: ВНИИОЭНГ, 2001. 77 с.
2. Миловидов К.Н. Экономика мировой нефтяной промышленности (учебное пособие). М.: РГУНиГ им. И.М.Губкина, 2003. 177 с.
3. Стратегия развития нефтегазовых компаний /Ермилов О.М. и др. М.: Наука, 1997. 621 с.
4. Гришина И.Н. Физико-химические основы и закономерности синтеза, производства и применения присадок, улучшающих качество дизельных топлив. М.: Нефть и газ, 2007. 230 с.

References

1. Analiz osnovnyh pokazatelei i tendencii razvitiya vedushih mirovyh neftyanyh kompanii /Komarova A.I. i dr. M.: VNIIOENG, 2001. 77 s. [in russian].
2. Milovidov K.N. Ekonomika mirovoi neftyanoi promyshlennosti (uchebnoe posobie). M.: RGUNiG im. I.M. Gubkina, 2003. 177 s. [in russian].
3. Strategiya razvitiya neftegazovyh kompanii /Ermilov O.M. i dr. M.: Nauka, 1997. 621 s. [in russian].
4. Grishina I.N. Fiziko-himicheskie osnovy i zakonomernosti sinteza, proizvodstva i primeneniya prisadok, uluchshayushih kachestvo dizel'nyh topliv. M.: Neft' i gaz, 2007. 230 s. [in russian].

Сведение об авторах**Information about the author**

Манолов Д.Д., аспирант кафедры экономики РГУ нефти и газа им. И.М.Губкина, г. Москва, г. Москва, Российская Федерация, главный проектант «Бургаснефтепроект» ЕООД, г. Бургас, Болгария

D.D. Manolov, graduate student of Economics State University of Oil and Gas named after Gubkin, Moscow, Russian Federation, chief designer “Burgasnefteproekt”, EOOD, Burgas Bulgaria

e-mail: dragomirmanolov@mail.ru

Гришина И.Н., канд. хим. наук, ведущий научный сотрудник кафедры физической и коллоидной химии РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина, г. Москва, Российская Федерация

I.N. Grishina, Candidate Chemical Sciences, a leading researcher at the Department of Physical and Colloid Chemistry, State University of Oil and Gas named after I.M. Gubkin, Moscow, Russian Federation