

Как победить недоверие и сэкономить средства

Несколько советов по выбору достойного продукта



Периодическая замена масла в двигателе – это та процедура, которой избежать невозможно, но зато можно предпринять ряд шагов, чтобы сделать ее дешевле. А для этого нужно совсем немного. Для начала – заглянуть в карту смазки в руководстве к автомобилю, а затем внимательно почитать, что написано на упаковочных этикетках к моторным маслам, выставленных на любой АЗС. Особенно обратите внимание на значения SAE и API. При этом просто необходимо преодолеть в себе комплекс недоверия к отечественным продуктам и постараться объективно сравнить их эксплуатационные характеристики с зарубежными аналогами. А кроме того, постарайтесь избавиться и от магии авторитета мировых компаний и сравнить цены на их продукцию с товарами других производителей. Уверены, что дальнейшая информация, представленная в нашей статье поможет сделать правильный выбор.

Для начала немного истории. Массовое освоение зарубежных смазочных материалов началось в Украине в конце 90-х годов прошлого столетия, когда был пик поставок автомобильного секондента из Западной Европы. Двига-

тели иномарок, более совершенные, чем двигатели «жигулей» и «девяток», требовали и более качественных смазочных материалов. Первые канистры с броскими логотипами Shell, Esso или Castrol были вожделенной мечтой каждого владель-

ца отечественной техники, но масштаб цен по сравнению с отечественными маслами просто отпугивал. Да, действительно зарубежные масла имели более передовую рецептуру, чем устаревшее «Жигулевское» (М-6з/12г). Но легенды о том, что зарубежные масла не стоит менять пока пробег не достигнет 15 тыс. км и что они отмыывают в двигателе все старые отложения, в наших условиях оказались мифом. И, тем не менее, со временем многие по достоинству оценили свойства полусинтетики и синтетики, особенно в зимнее время. Обратили внимание на чистоту деталей газораспределительного механизма даже после пробега в 20-30 тыс. км. Но самое главное, что эти достоинства зарубежных масел не только повышали культуру обслуживания автомобилей, но и стимулировали производство подобных продуктов в странах бывших республиках Советского Союза, и, конечно же, в Украине.

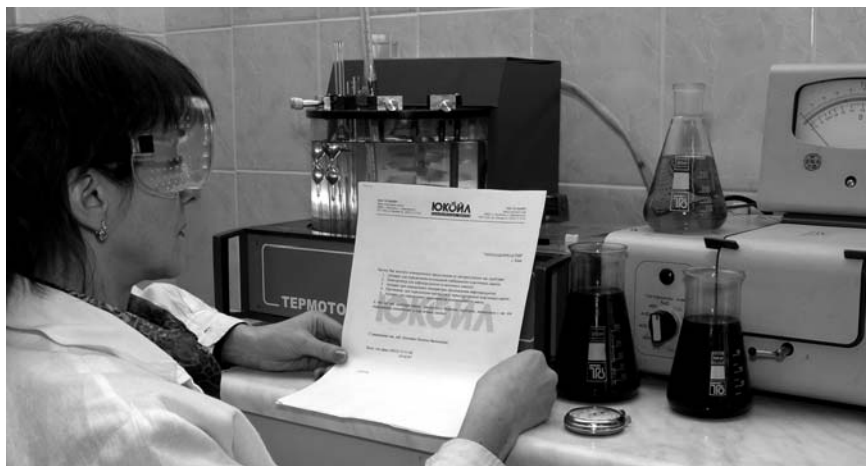
Так как в 90-е годы крупные нефтяные компании стран СНГ, за исключением «Лукойла», не производили моторных масел в потребительской таре, поначалу этим занимались лишь небольшие компании. Они закупали за рубежом большие партии масла и разливали его в тару объемом 1, 4 и 5 л. Это был этап освоения современной технологии разлива и производства оригинальной тары. Затем совершенно естественно наступил этап производства, который был отмечен появлением брендинговых компаний. Эти компании закупали у крупных производителей качественные базовые масла, а у специализированных компаний – основные виды присадок, и затем смешивали их в соответствии с установленной рецептурой. Освоение технологии смешивания, в конечном итоге, привело к тому, что эти компании начали разрабатывать собственные рецептуры масел, более

приспособленных к местным условиям, чем привезенные из-за рубежа. Рецептура масла учитывала и повышенное содержание серы в отечественном дизельном топливе, и наличие соединений железа в высокооктановых марках бензина.

Использование качественных базовых масел и присадок от лучших мировых производителей поставило масла, изготовленные такими украинскими компаниями, как «АЗМОЛ», «Леол», «ЮКОЙЛ», на один уровень с зарубежными аналогами. Качество масла достигло высокого уровня, которое по международной классификации API определялось как SL и SM. Это подтверждали и лабораторные исследования, и эксплуатационные испытания. Причем испытания проводились не на отечественной, а на зарубежной технике – «маршрутках», магистральных грузовиках, автобусах, двигатели и трансмиссии которых изначально были рассчитаны на использование высококачественных масел.

Примером успешной деятельности отечественной брендинговой компании является продукция СП «ЮКОЙЛ», которая первой в Украине получила сертификат Американского института нефти (API), как первая компания, серийно производящая масла мирового уровня на территории Украины, что явилось убедительным подтверждением качества выпускаемых им моторных масел. Сегодня масла «ЮКОЙЛ» в которых применяются присадки фирмы «Лубризол» – те же, что и в большинстве масел европейского или американского происхождения, занимают достойное место рядом со своими зарубежными аналогами.

Компактное предприятие по производству моторных масел и технических смазок практически полностью автоматизировано. Автоматика не только контролирует и управляет всеми технологическими процессами – дозированием, смешиванием и расфасовкой, а также производит учет выпущенной продукции, которая насчитывает более 160 наименований, среди которых моторные масла для бензиновых и дизельных двигателей, промывочные масла и консистентные смазки, гидравлические, энергетические и трансмиссионные масла и многие другие. О том, какое современное и высокотехнологичное производство расположено в Запорожье не знают



большинство его жителей, настолько тихим и экологически чистым являются его процессы. Постоянное сотрудничество с ведущими зарубежными компаниями, такими как «Лубризол» позволяют СП «ЮКОЙЛ» своевременно перенимать самые последние методики изготовления специальных видов смазочных материалов и моторных масел, и как следствие поддерживать конкурентоспособность своей продукции. На вопрос «Как вам это удается?» главный технолог компании скромно отвечает – «Если ты не самый известный и не самый крупный производитель на рынке, то для достижения успеха нужно стараться больше других, вот мы и стараемся». В этом и состоит философия деятельности «ЮКОЙЛ».

Сегодня персонал компании немножко больше других старается, чтобы убедить соотечественников в том, что и в Украине можно производить продукцию, не уступающую по качеству зарубежной, и что производят ее такие же люди, как и те, кто покупает и эксплуатирует зарубежную технику. И почему-то, как

всегда, качество продукции украинской компании по достоинству оценили сначала за рубежом. Сертификаты и допуски к эксплуатации от Volvo Cummins, Mercedes-Benz и других компаний по производству техники говорят сами за себя. Так уж получилось, что желтые канистры с синей надписью, больше популярны за пределами страны, чем в родном Запорожье.

Ну и, наконец, главное – литр «минералки» или «полусинтетика» от «ЮКОЙЛ» вполне доступен массовому потребителю, в то время как приобретение подобного масла от известных зарубежных производителей требует значительных затрат. Да, порой мы готовы платить за имя, пока не почувствуем разницу. А разницу можно почувствовать только залив масло в свой автомобиль. Уверены, что результат будет положительным. А ведь именно для этого немножко больше других старались ваши соотечественники и надеемся, что и вы поймете, что у них это получилось.

www.yukoil.com

