



Специалисты утверждают, что технических характеристик, которые необходимо учесть при выборе погрузчика, около пятидесяти. Производителей и дилеров, работающих в России, и того больше. В стремлении сделать приобретение спецтехники максимально выгодным и эффективным и покупатели, и продавцы задумываются о специфике погрузчиков из разных стран, об особенностях российского рынка.

ВЫБРАТЬ НА РЫНКЕ

По мнению абсолютного большинства экспертов, на сегодняшний день рынок погрузочной техники хорошо насыщен и предлагает покупателю большой выбор продукции: есть практически всё, представлены производители со всего света в разных ценовых сегментах. По словам **Елены Лещинской, коммерческого директора ООО «Локуст-Центр»**, сегодня наполнился даже рынок мини-погрузчиков, который ещё 3 года назад был представлен в России всего несколькими производителями.

Говоря терминами экономистов, сей-

Погрузимся?

час на смену рынку продавца пришёл рынок потребителя. Для него в свете таких благоприятных обстоятельств выбор техники превращается во многом в выбор наиболее выгодного по цене предложения. Как правило, качество и стоимость определяет «национальность» погрузчика. **Тарас Закочемный, заместитель директора Центра маркетинга и продаж «ЧТЗ-Уралтрак»:** «Можно говорить о национальных особенностях погрузчиков, если под таковыми понимать различия между государствами. Разный уровень развития стран, отли-

гораздо более высокого уровня. Погрузчики китайского происхождения чаще выходят из строя, покупатели обращаются с жалобами на поломки, недостаточную прочность металла. **Леонид Пудовкин, руководитель отдела продаж и аренды строительных машин ООО «Мантрак Восток»**, добавляет: «При относительно небольшой стоимости китайские погрузчики обладают высокими функциональными затратами на обслуживание. Этот факт можно объяснить отсутствием квалифицированного сервисного обслуживания в регионах, а также

Российские производители предлагают продукт гораздо более высокого уровня. Погрузчики китайского происхождения чаще выходят из строя.

чия в требованиях к выпускаемой продукции, естественно, отражаются на выпускаемой технике. Например, схожие экологические требования, не очень дорогая рабочая сила сближают китайские и российские погрузчики, и, наоборот, разница в требованиях и дорогие ресурсы делают европейские машины отличными от российских».

По мнению **Андрея Мрясева, учредителя компании «ТехУспех»**, европейцы и японцы предлагают наиболее дорогостоящую технику, практически в ногу с ними идут корейские и болгарские производители, и замыкает список китайская техника.

Иван Тётушкин, менеджер компании «Сельхозкомплект», дополняет: «Традиционно эталоном является продукция из Белоруссии и ряда заводов РФ. Из импортных производителей высокое качество имеет техника из Финляндии. Но, разумеется, это далеко не дешёвые варианты. Сегодня, когда многие работают в режиме экономии, они не очень востребованы покупателями. Небольшую долю спроса имеют и другие европейские производители. Основной интерес привлекает отечественная и китайская погрузочная техника». Надо сказать, что российские производители (в том числе и работающие по европейским технологиям) предлагают продукт

более высокой вероятностью проведения ремонта при дальнейшей эксплуатации техники».

Впрочем, эти погрузчики будут хороши для определённых условий: например, для сезонных работ или не слишком интенсивной эксплуатации в течение 3–5 лет.

Тем не менее Китай в настоящее время, по оценкам China Industrial Truck Association (CITA), является третьим по величине крупнейшим региональным мировым рынком погрузчиков. За последние годы его рост фантастически высок, особенно если сравнивать его с темпами развития европейского рынка за тот же период. Эксперты в области промышленности считают, что в нынешнем году продажи превысят 120 000 единиц.

Кто же приобретает китайскую технику, если эксперты не скрывают, что она не всегда хорошо служит? По оценкам специалистов, есть две группы китайских покупателей погрузчиков. В первую входят клиенты, которые оценивают выгоды от приобретения машины только в свете начальной цены покупки. Их не беспокоит качество изделия, те затраты, которые придётся сделать в дальнейшем на его техобслуживание или ремонт, или вопросы оптимизации материальных потоков. Другой

тип покупателей интересуется, во что обойдётся им машина в течение всего срока службы (так называемой стоимостью собственности) и сокращением затрат на собственную логистику. Эта категория среди покупателей китайской спецтехники составляет меньшинство.

Корейская техника уже завоевала своего потребителя. По качеству она почти не уступает японской.

Андрей Мрясев: «Китайцы стремятся повторить путь Японии: копируют удачные модели. При этом запчасти зачастую привозятся отовсюду, в ход идут и детали, которые перестали использовать в своих погрузчиках те же японцы. Это, разумеется, удешевляет технику. Сейчас Китай завоёвывает нишу, в дальнейшем, я думаю, произойдёт отсев среди предприятий, после которого качество техники значительно улучшится».

«Национальность» погрузчика определяет не только его цену, но и потребительские качества. Японцы несколько десятков лет назад взяли на вооружение все лучшие наработки из других стран, привлекли специалистов, усовершенствовали технологии и сегодня предлагают очень качественный продукт. Отличительной особенностью является комфорт для водителя, а также ремонтно-пригодность техники.

Среди европейцев выделяются немцы. Всё, что они делают — делают на совесть. Например, техника Still оснащена огромным количеством электроники, оптимизирующей работу. Сегодня европейская техника составляет небольшую долю на российском рынке. Традицион-

но с западными производителями работают компании, закупки которых осуществляются через Москву: например, торговые сети «Молния» и METRO.

Корейская техника уже завоевала своего потребителя. По качеству она почти не уступает японской.

Отдельного внимания заслуживает техника, произведённая на постсоветском пространстве и в странах соцлагеря. Так, словацкая техника прекрасно зарекомендовала себя ещё во времена Советского Союза. Елена Лещинская рассказывает: «Современный российский рынок мини-погрузчиков обязан именно словацкой технике: на её базе стали выпускаться первые погрузчики МКСМ-800. Тем не менее на практике мини-погрузчики Locust в обслуживании обходятся значительно дешевле российских аналогов».

Болгарская спецтехника в советский период была очень распространена. Сегодня она сдаёт позиции. Это связано с тем, что сейчас фактически не осталось заводов: то, что производится, собирают на бывших подразделениях болгарских предприятий из самых разнообразных комплектующих. При этом по стоимости эта техника никак не может конкурировать с китайскими аналогами.

СДЕЛАТЬ СВОИМ БИЗНЕСОМ

Если же вы не приобретаете погрузочную технику для собственных нужд, а желаете сделать на этом сегменте биз-



нес, к подбору ассортимента следует подойти, руководствуясь несколькими принципами. Для успешной деятельности компании-поставщика необходимы маркетинговые исследования рынка. Их можно проводить своими силами или заказывать. Нужно выяснить, официальные представители каких предприятий есть в регионе. Соответственно, налаживать контакты с другими производителями, стремясь получить эксклюзивные условия без посреднических накруток. Кроме того, важно иметь предложения в разных ценовых сегментах. При этом стремиться продать более качественную технику на выгодных для покупателя условиях, и только в случае, когда цена оказывается неподъёмной даже с учётом скидок и лизинга, предлагать бюджетные варианты. Разноплановость ассортимента имеет и обратную сторону. Тарас Закочемный предостерегает: «Компании-поставщики, имеющие широкий ассортимент предлагаемой техники от разных изготовителей, не могут обеспечить качественный сервис. Это минус и для покупателей, и для изготовителей. Такие фирмы «купи-продай» представляют интерес для потребителей, самостоятельно решающих вопросы технического сервиса».

В целом насыщенность рынка сегодня создаёт определённые сложности для новых игроков: чтобы начать своё дело в этой отрасли, нужно иметь немалый опыт наёмного труда. Испытывают затруднения и компании, существующие на рынке не первый год. Иван Тётушкин рассказывает о способах борьбы за потребителя: «Компаниям-поставщикам и дилерам сегодня приходится работать в услови-



ях острой конкуренции. Поэтому очень важно активно информировать потребителей о себе. Мы ведём активную рекламную кампанию в печатных СМИ, на радио и телевидении, на специализированных выставках, кроме того, стараемся привлекать клиентов и непосредственно в процессе делового общения».

К выбору компании-продавца клиенты подходят очень тщательно: в числе прочего обращают внимание на сроки поставки запчастей, желая оградить себя от простоев техники в случае выхода её из строя при форс-мажорных обстоятельствах. В России процедура прохождения таможни может затянуть получение необходимой детали. Поэтому для компании-поставщика наиболее выгодным (хотя и хлопотным на первых

порах) решением является организация еженедельных поставок оригинальных запчастей из страны-производителя техники. Безусловно, в пределах региона на успешность деятельности фирмы влияет сложившаяся репутация. Андрей Мрясев: «Я убеждён, чтобы быть надёжным партнёром, необходимо быть в курсе всех событий, происходящих у наших клиентов. Именно поэтому мы предоставляем продукцию вместе с технической и сервисной поддержкой. Совместные усилия наших технических специалистов и экспертов в области продаж направлены на удовлетворение пожеланий клиентов». Качественное техобслуживание, которое будет привлекательно для клиентов, предполагает: использование оригинальных фильтров и за-



пасных частей производителя техники, сертифицированных масел, смазки, технических жидкостей, формирование конкурентной стоимости выезда на техническое обслуживание, прозрачность системы ценообразования.

Юлия Раильченко

ГСМ, РЕКОМЕНДОВАННЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ ПОГРУЗЧИКОВ (ПО ДАННЫМ WWW.LIFTTRUCK.RU)

	Класс	API класс CC	Или выше
	Бренд	CC (для бензиновых и дизельных двигателей)	CD (для дизелей)
МАСЛО ДЛЯ БЕНЗИНОВЫХ ИЛИ ДИЗЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ	MOBIL	MOBIL Delvac 1100 Series (10W, 20W-20, 30)	MOBIL Delvac 1300 Series (10W-20, 20W-20, 30)
		MOBIL Delvac 1200 Series (10W, 20W-20, 30)	MOBIL Delvac Super (15W-40), MOBIL Delvac 1 (5W-30)
		MOBIL Delvac Special (10W-30, 20W-40)	MOBIL Delvac SHC (5W-30)
		SHELL Rotella TX Oil (10W-30, 20W-40)	SHELL Rimula X Oil (10W, 20W-20, 30)
	SHELL	SHELL Rotella SX Oil (20W-20, 30)	SHELL Murina Oil (20W-40, 20W-20, 30)
			ESSO Lube D-3 (10W, 30)
	ESSO	ESSO Lube HDX (10W, 20W, 30)	ESSO Lube XD-3 Extra (10W, 30)
		RPM Delo 400 Oil (15W-40, 10W, 20-20W, 30)	RPM Delo 400 Oil (15W-40, 10W, 20-20W, 30)
	CALTEX	RPM Delo 200 Oil (10W30, 10W-40, 20W-40, 20W-50, 10W, 20-20W, 30)	RPM Delo 300 Oil (10W, 20-20W, 30)
		RPM Delo 100 Oil (10W, 20-20W, 30)	
	Класс	R & O	Антиизнос
	Бренд		
МАСЛО ДЛЯ ГИДРАВЛИЧЕСКИХ СИСТЕМ	MOBIL	MOBIL DTE Oil Light	MOBIL DTE 24
	SHELL	SHELL Tellus Oil C-32	SHELL Tellus Oil 32
	ESSO	Teresso 32	Nuto HP-32
	CALTEX	Rando Oil 32	Rando Oil HD32
	Класс	API класс GL-4	Или выше
	Бренд	GL-4	GL-5
ТРАНСМИССИОННОЕ МАСЛО	MOBIL	Mobilube 40 Series (75W, 80W, 90)	Mobilube HD (75W, 80W, 80W-90, 90)
	SHELL	SHELL Spirax EP (80W, 90)	SHELL Spirax HP (80W, 90)
	ESSO	ESSO Gear Oil GP (80W, 80W-90, 85W-90)	ESSO Gear Oil GX (80W, 80W-90, 85W-90)
	CALTEX	Universal Thurban (80W, 90)	Multipurpose Thurban EP (80W-90, 80W, 90)
	Класс	DOT - 3	(FMVSS)
	Бренд		
ТОРМОЗНАЯ ЖИДКОСТЬ	MOBIL	MOBIL Super Heavy Duty Brake Fluid	
	SHELL	Не имеют специальных названий	
	ESSO	Не имеют специальных названий	
	CALTEX	Heavy Duty Brake Fluid	

