

Мягкая присадка

Михаил Брыкин когда-то создал первую в России марку машинного масла. Этот бизнес он давно продал, но на пенсию пока не собирается



Михаил Брыкин

Предприниматель Михаил Брыкин не из тех, кто любит сидеть в кабинете или лежать в гамаке. В 2005 году этот уже немолодой мужчина продал свою компанию по производству моторных масел «Спектрол», но не прошло и года, как он решил вернуться в бизнес. Денег на масштабную рекламу не было, и он лично раздавал свою новую продукцию, топливные присадки «Тотек», дальнобойщикам на стоянках вблизи Москвы. Водителям присадки понравились — по словам Брыкина, многие звонили, чтобы поблагодарить и заказать еще.

Понравились они и магазинам. Спустя три года присадки «Тотек» продаются в сотне торговых точек по всей стране. Журнал «За рулем» признал присадки Брыкина лучшими из шести аналогов — они обошли несколько западных марок по снижению расхода топлива и вредных выбросов, а также по увеличению мощности двигателя. Выручка у компании Брыкина все еще небольшая — около \$600 000 (размер прибыли он не раскрывает), но бизнесмен верит, что продажи будут расти. Все просто: качество российского топлива оставляет желать лучшего. В прошлом году в рейтинге Международного центра качества топлива (IFQC) Россия заняла 84-е место из 100. «Нефтяники не улучшают качество топлива, — замечает Брыкин. — Поэтому этим занимаюсь я».

Производством и продажей горюче-смазочных материалов Брыкин (сейчас ему 60) начал заниматься около 20 лет назад. Он работал в профильном оборонном НИИ, откуда уволился в 1987 году, и решил открыть собственное дело, как только советское правительство разрешило частный бизнес. Что выпускать, вопрос не стоял. Брыкин знал, что в стране острый дефицит качественного моторного масла. «В оборонке тогда были

отличные наработки, — рассказывает предприниматель, — например, моторное масло для танковых двигателей опережало западные образцы на несколько шагов».

Брыкин вместе с бывшими коллегами по НИИ разработал состав моторного масла, т. е. просчитал, какие именно присадки и в каких пропорциях нужно добавлять в так называемое базовое масло, чтобы получить продукт высокого качества. О поставке сырья договорился с Ярославским НПЗ, а с Chevron заключил контракт о закупках пакета присадок. Оставалось лишь перемешать все по своему рецепту. Производство Брыкин разместил на одном из оборонных заводов. «Спектрол» стал первым частным российским брендом на рынке масел.

«Время для бизнеса было очень хорошее, банки выдавали кредиты на оборудование, лишь посмотрев на бизнес-план», — вспоминает Брыкин. Масло «Спектрол» в России лилось рекой. У предприятия появились производственные площадки в Ярославле, Нижнем Новгороде, Рязанской области — в регионах, где размещались крупные НПЗ.

В середине 1990-х «Спектрол» контролировал уже треть рынка моторного масла в России. Предприятие выпускало 2,5–3 млн л продукции в год, выручка исчислялась десятками миллионов долларов при рентабельности до 50%. Брыкин мог позволить себе иметь собственную команду по шоссейным автомобильным гонкам и спонсировать участие КамАЗов в гонке «Париж — Дакар».

Высокая маржа и низкая конкуренция быстро привлекли на этот рынок новых игроков. «После «Спектрола» автомобильные масла стали делать около сотни предприятий», — говорит Александр Перемятов, основатель и владелец компании «Виал Ойл», с 1992 года выпускающей моторное масло Consol. В начале 2000-х начали активно раскручивать собственные марки смазочных материалов крупнейшие нефтяные компании — ТНК, «Лукойл», ЮКОС. Тогда же на российский рынок вышли западные гиганты Mobil, Castrol, Shell, Esso и другие, и доля их стремительно растет с ежегодным обновлением автопарка в пользу автомобилей западных производителей. Независимым российским производителям ГСМ оказалось не под силу тягаться с гигантами.

Сейчас объем рынка моторных масел оценивается в 230 млн л в год, или около \$1 млрд в денежном выражении. По данным компании «ИнфоТЭК-Консалт», западные производители моторного масла обеспечивают автомобили бизнес-класса на 100%, в среднем ценовом сегменте их доля составляет более 80% и даже в экономклассе — почти 50% (остальное у ТНК-ВР, «Роснефти» и «Лукойла»). Доля же небольших производителей упала почти до нуля.

В 2005 году Брыкин продал бизнес компании «Дельфин групп» (крупнейшее предприятие — Пушкинский завод, на нем делают моторные масла Luxe, ранее Luxoil).

Казалось бы, пора на пенсию? Брыкин действительно купил виллу на одном из островов недалеко от побережья Португалии, но прожил там без дела меньше года. «Я медленно умирал», — признается предприниматель. Он вернулся в Россию с идеей нового бизнеса — неудивительно, что он тоже был связан с ГСМ. По отработанной схеме Брыкин разработал и начал производить топливные присадки и спортивное топливо — всего более 10 наименований.

Сработали старые связи, и предприниматель восстановил сбытовую сеть. Стоимость рекламы (особенно телевизионной) уже тогда стала слишком высокой для небольших компаний, поэтому Брыкин сделал ставку на интернет и промоакции вроде бесплатной

раздачи продукции дальнбйщикам. Он мечтает вернуться на рынок с новым моторным маслом. Впрочем, сделать это будет уже совсем непросто.