

Użytkownicy olejów silnikowych w Polsce



PIOTR KASPRZAK
PREZES LIQUI MOLY POLSKA

SOCJOLOGICZNE BADANIA RYNKU NIE DAJĄ PRECYZYJNEJ WIEDZY NA TEMAT EKONOMICZNEGO WYMIARU ZACHODZĄCYCH NA NIM ZJAWISK. WIĘCEJ JEDNAK NIŻ STATYSTYKI REALNEJ SPRZEDAŻY MÓWIĄ O DETERMINANTACH UJAWNIAJĄCYCH SIĘ TRENDÓW

W styczniu i lutym 2015 roku Instytut badawczy Moto Data przeprowadził metodą wywiadów osobistych w miejscu zamieszkania badanie opinii 2012 użytkowników samochodów osobowych na temat stosowanych w nich olejów silnikowych. Należy tu dodać jeszcze, iż przy doborze respondentów brano pod uwagę wyłącznie osoby nie tylko użytkujące samochód osobowy, lecz również odpowiedzialne za jego utrzymanie, obsługę i naprawy.

Pozyskanie szczegółowych danych dotyczących rynku środków smarnych w Polsce poza metodą ankiet, czy też wywiadu osobistego jest zadaniem niezwykle trudnym, ponadto wyniki uzyskane tego typu metodami są obciążone błędami wynikającymi chociażby ze sposobu formułowania pytań. Są jednak w zupełności wystarczające do wychwycenia trendów zachowań konsumentów oraz zmian zachodzących na rynku.

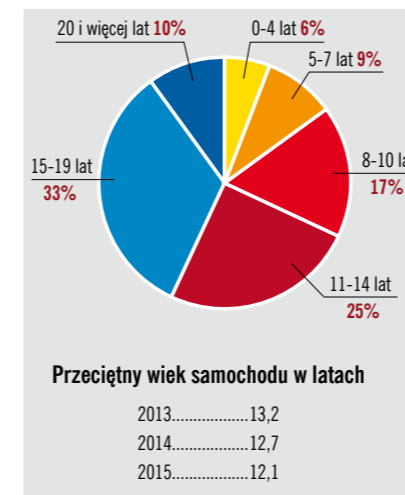
Okresowa wymiana oleju

Zakupy olejów dokonywane w tym celu nie dotyczą, rzecz jasna, samochodów najnowszych, co przy cyklach wymiany oleju powszechnie wydłużanych obecnie przez konstruktorów samochodowych silników przekłada się na przynajmniej roczny, a coraz częściej dwuletni okres eksploatacji pojazdu.

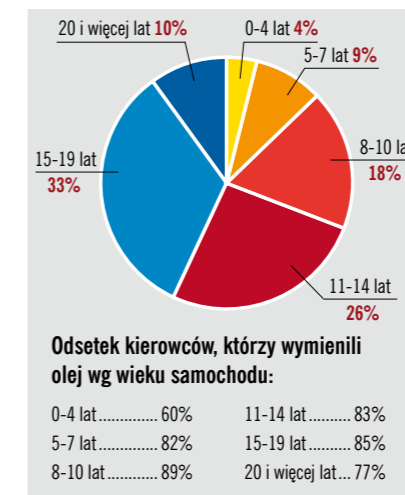
Wielkość sektora olejów silnikowych do samochodów osobowych wyrażona w litrach w 2015 roku wyniosła 56 mln litrów. W ostatnich trzech latach obserwujemy wzrost tego rynku proporcjonalnie do ogólnego wzrostu parku samochodów osobowych. Równocześnie w podobnym stosunku rosły: liczba wymian i odsetek użytkowników ich dokonujących, a spadła średnia częstotliwość wymian dotyczących jednego użytkownika przy zachowaniu tej samej średniej ilości wymienianego oleju.

Zjawisko to trzeba uznać za wypadkową dwóch rozbieżnych czynników: tj. zwiększenia się średniego wieku samochodu osobowego w Polsce (tabela 1) oraz wzrostu liczby pojazdów nowoczesnych o wydłużonych cyklach serwisowych i mniejszej pojemności układów smarowania. W tej sytuacji odnotowany przyrost ogólnego zużycia silnikowych środków smarnych generowany jest głównie przez rosnącą liczbę samochodów starszych roczników.

Wniosek ten potwierdza korelacja (tabela 2) wieku samochodu i litrów oleju zużywanego w nim na okresowe wymiany. Odsetek użytkowników wymieniających olej jest najniższy w najmłodszej i najstarszej grupie wiekowej pojazdów, co w pierwszym wypadku tłumaczy się wspomnianymi już procedurami serwisowymi, a w drugim – mniejszą intensywnością eksploatacji samochodów będących przeważnie w złym stanie technicznym.



TAB. 1. WIEK SAMOCHODÓW EKSPLOATOWANYCH W POLSCE



TAB. 2. WIEK SAMOCHODÓW A WYMIANA OLEJU

Wymiana oleju

2013	30%	14%	56%
2014	24%	12%	64%
2015	20%	21%	59%

Uzupełnienie oleju

2013	77%	23%
2014	85%	15%
2015	92%	8%

■ kierowca kupił olej samodzielnie i sam dokonał wymiany
■ kierowca kupił olej samodzielnie, a wymianę zlecił warsztatowi
■ zakup oleju oraz jego aplikację przeprowadził warsztat

TAB. 3. WYMIANA ORAZ UZUPEŁNIENIE OLEJU W LATACH 2013-2015

Interesujące trendy, dające się ujawnić wyłącznie za pomocą badań socjologicznych, wychwycono, analizując sposoby przeprowadzania okresowych wymian oleju silnikowego. Otóż w badanych trzech latach generalnie spada odsetek użytkowników wykonujących te czynności we własnym zakresie. Maleje jednak równocześnie ich grupa powierzająca całkowicie (łącznie z doborem i zakupem oleju) profesjonalnym placówkom usługowym (59% udziału). W roku 2015 udział kierowców kupujących olej samodzielnie i zlecających warsztatowi dokonanie wymiany wyniósł 22%. Jest to z jednej strony efekt prowadzonych przez olejowe marki kampanii reklamowych adresowanych bezpośrednio do finalnych konsumentów, a z drugiej – zwiększenia sprzedaży olejów w sklepach i hurtowniach motoryzacyjnych. Obserwuje się również coraz większą sprzedaż z wykorzystaniem nowoczesnych kanałów dystrybucji, takich jak sklepy internetowe, internetowe platformy aukcyjne oraz fora motoryzacyjne. Wyłącznie własnoręczna wymiana oleju kupionego w detalicznej sprzedaży jest najpopularniejsza w przypadku samochodów najstarszych i użytkowanych przez właścicieli o najniższych dochodach, co jest zjawiskiem skądinąd zrozumiałym.

Dolewki

Ten rodzaj olejowych zakupów jest trudniejszy do oszacowania za pomocą ankietowych badań niż rynek okresowej wymiany, gdyż na ogólne zużycie składa-

ją się z reguły mniejsze porcje kupowanego oleju, w dodatku stosowane z bliżej nieokreśloną częstotliwością, jako że pamięć ludzka bywa w tej kwestii zawodna. Trudno więc racjonalnie wyjaśnić, dlaczego łączna ilość oleju zużywanego na dolewki w latach 2013, 2014 i 2015 ulegała tak radykalnym zmianom (wzrost o 8% od 2013 r.). Nie znajduje to uzasadnienia ani w rozwoju krajowego parku samochodowego, ani w zmiennej kulturze technicznej kierowców. Wiarygodna natomiast jest ilościowa proporcja między dolewkami i wymianami, utrzymująca się średnio na poziomie 1:10.

Tabela nr 3 dowodzi, iż w przeciwieństwie do okresowych wymian oleju jego dolewki są w ogromnej większości wykonywane przez samych użytkowników, niezależnie od wieku pojazdów i poziomu dochodów ich właścicieli. Olej w tym wypadku kupowany jest przeważnie w detalicznych placówkach handlowych. Tendencja ta w roku 2015 wzrosła aż o dziewięć punktów procentowych w stosunku do roku poprzedniego. Zastanawiać może wyraźnie malejący w analizowanych latach odsetek kierowców zlecających dolewki niezależnym warsztatowi, bo przecież nie zmieniła się tak znacznie optymalność tego rodzaju usług zarówno dla serwisantów, jak i dla klientów. Dlaczego w 2014 roku był on stosunkowo wysoki (16%) i spadł prawie trzykrotnie już w roku następnym? Najbardziej prawdopodobną przyczyną jest tutaj znowu zawodność pamięci respondentów. Znajomość marek stosowanych

przy wymianach okazuje się z reguły większa niż w przypadku olejów kupowanych na dolewki, choć bardziej uzasadnione byłoby zjawisko odwrotne, gdyż olej „dolewkowy” właściciel samochodu częściej kupuje samodzielnie.

Wybór oleju

Z badań to nie wynika, lecz powszechnie wiadomo, iż większość kierowców stara się w razie potrzeby uzupełniać zapas oleju w misce olejowej produktem identycznym z zastosowanym przy ostatniej wymianie lub maksymalnie podobnym. Podczas wymian natomiast pole wyboru jest znacznie szersze, ograniczone jedynie względami technicznymi, a ostateczna decyzja i wynikająca z niej odpowiedzialność zawsze należy do właściciela pojazdu, choć może on ją cedeować na inne podmioty.

Dla ustalenia rzeczywistych motywów i kryteriów konsumenckich wyborów najlepszym narzędziem są właśnie badania socjologiczne. Z uzyskanych danych wynika, że dla kierowców najistotniejsze kryteria związane są z jakością oleju. Kryterium jakościowe wskazało łącznie 39% respondentów.

Na drugim biegunie są kryteria związane ściśle z aspektami technicznymi oleju. Na przykład kryterium „Oszczędność paliwa” wskazało 3% respondentów, a kryterium „Poprawa osiągnięć silnika” – tylko 2%. Kierowcy nie chcą również kupować olejów najtańszych, kryterium „niska cena” wskazało tylko 4% respondentów.