

КАК ВЫЖИТЬ И РАЗВИТЬ КОМПАНИЮ

В условиях
тотального импортозамещения
и смены логистических цепочек

ЧЕТРА

Владимир Антонов
Исполнительный директор
ООО «ЧЕТРА»



4 классические стратегии для развития компании:

	существующая продукция	новая продукция
существующий рынок	увеличение доли	вывод нового продукта
новый рынок	расширение рынков сбыта	диверсификация

Предпосылки выбора диверсификации в текущих условиях:

1. Распределение рисков компании в условиях неустойчивой рыночной ситуации.
2. Освобождающиеся ниши в связи с уходом зарубежных игроков.
3. Синергетический эффект с существующей продукцией.

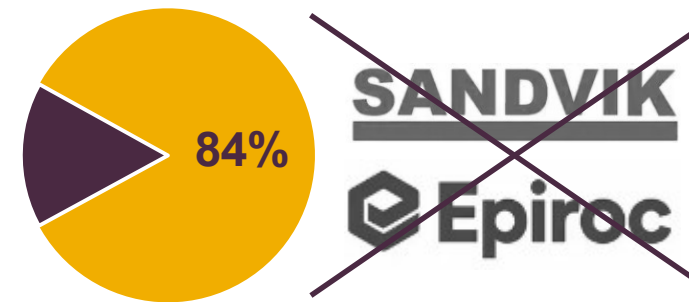
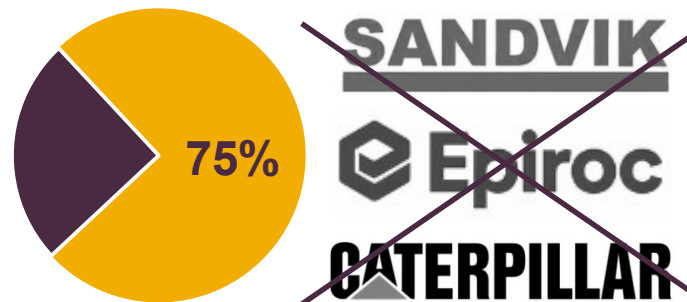
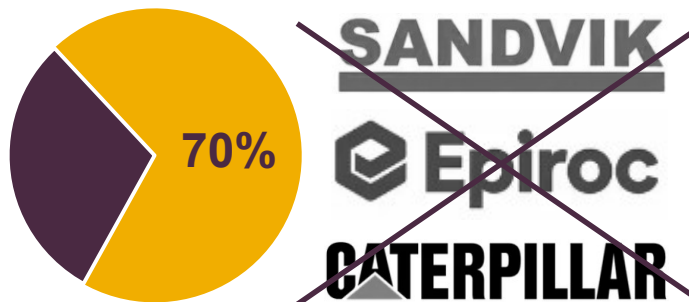
на примере рынка техники для подземной добычи



российский рынок
погрузочно-доставочных машин

российский рынок
шахтных самосвалов

российский рынок подземных буровых
и анкерных установок



доля **отечественных** производителей на российском рынке подземной техники – менее 5%, узкий модельный ряд, устаревшая конструкция, невысокая надежность



доля **китайских** производителей на российском рынке подземной техники – 10-20%, нежелание поставлять технику из-за возможных санкций, высокая загрузка производства (длинные сроки поставки)

1 вариант

Собственная разработка

минусы

- ✓ «долго и дорого»
- ✓ потребительские свойства могут не оправдать ожидания потребителя (в РФ нет ключевых компонентов)

плюсы

- ✓ «высокая» доходность в случае успеха

2 вариант

Дистрибуция

минусы

- ✓ временное решение с риском разрыва отношений в долгосрочной перспективе
- ✓ свои компетенции в проектировании и производстве не развиваются

плюсы

- ✓ «небольшие» вложения

3 вариант

Локализация

минусы

- ✓ документация и права принадлежат партнеру

плюсы

- ✓ «быстрый» выход на рынок при разумных инвестициях
- ✓ проверенные потребительские свойства продукта
- ✓ ключевые компоненты мирового уровня в составе техники, не доступные в РФ
- ✓ набор своих компетенций для долгосрочного развития
- ✓ «доходность выше среднего»



1 мес.

Выбор партнера из «дружественной» страны

- Локальный игрок с сильным инжинирингом
- Ограниченные производственные мощности локального игрока
- Средний или высший ценовой диапазон

2 мес.

Подписание пакета документов

- Бизнес-план
- Лицензионное соглашение и договор поставки
- Согласование сбытовой и сервисной политик

3 мес.

Производство под собственным или совместным брендом

- Подготовка производства
- Сертификация
- Выпуск машин с наращиванием уровня локализации до статуса «российский производитель»

Выпуск первой партии техники в РФ – 6 месяцев с начала проекта!

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ**

ГОТОВ ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОСЫ

ЧЕТРА

CHETRA.RU

