

Место под солнцем: какие российские компании выиграли от ухода иностранных брендов

«Можем поблагодарить ушедшие бренды за новые возможности, хотя по-человечески нам жаль, что ситуация сложилась таким образом»

В 2022 году сотни иностранных брендов закрыли свой бизнес в России. Многие российские компании пострадали в результате их ухода, но есть и те, которые выиграли. У кого-то появилась возможность занять освободившуюся нишу, кто-то смог получить новых клиентов, увеличить средний чек или запустить новый бренд. Портал Biz360.ru нашёл предпринимателей, которым уход иностранных брендов пошёл на пользу, и узнал, как именно они выиграли от сложившейся ситуации.

«Объём производства увеличился почти в четыре раза»



Владимир Леваков,
генеральный директор группы компаний «Трайв»

Наша компания специализируется на производстве и дистрибуции метизных решений, её потенциальные покупатели – компании сферы промышленного строительства.

До событий 2022 года на нашем рынке работали иностранные бренды, при этом их доля не была велика. Структура спроса столь широка, что закрыть её не способен ни один крупный игрок. Мы всегда верили в будущее российской промышленности, поэтому все изменения, которые происходят в нашей компании, не связаны напрямую с СВО, санкциями и т.д. – инвестиции в развитие производства стартовали системно раньше.

Мы берём за точку отсчёта не 2022 год, а 2014-й, фиксируя изменения в промышленной политике государства, принятие курса на импортозамещение, локализацию производства и обеспечение технологического суверенитета. События последнего года лишь ускорили этот процесс.

Бизнес компании «Трайв» в 2022 году вырос примерно на 37% по сравнению с тем же периодом 2021 года, при этом объём именно производства увеличился почти в четыре раза. Это имеет как внутреннюю природу (компания активно развивается, наращивая свои компетенции и кастомизируя предложения для разных отраслей промышленности), так и внешнюю – год назад на рынке существенно сократилось предложение метизных решений из Европы, а спрос продолжил расти по экспоненте.

У нас нет точных инструментов оценки спроса, однако мы фиксируем его рост абсолютно во всех отраслях промышленности. Особенно это очевидно на примерах судостроения, автомобилестроения, производства сельскохозяйственной техники, промышленного строительства, добычи полезных ископаемых, и во многих других отраслях.

Спрос растёт прежде всего на метизные решения с более высокой добавленной стоимостью, на решения с нестандартными метизами, на производственные услуги, в т.ч. на различные типы покрытия метизов, что серьёзно повышает их ценность.

Самым сложным сегодня для нас являются, как минимум, два момента:

- **Успевать перестраивать внутренние процессы** компании симметрично или опережающими темпами по отношению к росту спроса на рынках и в каналах продаж.
- **Постоянно кастомизировать наши предложения** под потребности той или иной отрасли промышленности.

Но мы с благодарностью относимся к этим факторам.

Оригинал: <https://biz360.ru/materials/mesto-pod-solntsem-kakie-rossiyskie-kompanii-vyigrali-ot-ukhoda-inostrannykh-brendov/>