

Комплексная характеристика предприятия

«Gloria Jeans»

Презентацию подготовили
Студентки I курса ФИОП 1-5А
Скрыльникова Ю.Ю., Шепелявцева Ю.А.,
Несветова А. А.
2015 г.





Коламово.ру

О компании

"Глория Джинс" - крупнейшее в России и Европе предприятие, изготавливающее детскую и молодежную джинсовую одежду. Корпорация "Глория Джинс" самая быстрорастущая компания в России. Ведет свою историю с конца 80-х годов.

"Глория Джинс" является компанией № 1 на российском рынке одежды (по оценке авторитетного в мире одежды и моды эксперт-портала WGSN.com, январь 2006 г.)



История

- 29 сентября 1988 года был открыт первый в [СССР](#) кооператив «Глория», начавший производить джинсы на законных основаниях. Его председателем стал [Мельников Владимир Владимирович](#). Эта дата официально считается днём рождения «Глории Джинс». Вскоре Владимир Мельников приобрёл две фабрики — в городах [Новошахтинск](#) и [Батайск](#) ([Ростовская область](#)). Это позволило компании серьёзно увеличить производство, и удовлетворять растущий спрос.
- В 1991 году открылся первый магазин компании в Ростове-на-Дону.
- В 1997 году компания преобразована в ЗАО «Корпорация „Глория Джинс“», учредителями стали ОАО «Глория Джинс» и [Европейский банк реконструкции и развития](#) (20 % акций). Впоследствии компания выкупила пакет акций [ЕБРР](#). Последние пять лет оборот компании растёт примерно на 40 % в год.
- В 2003 году основан Благотворительный фонд имени Святой великомученицы Анастасии Узорешительницы. Открыты и оборудованы фабрики в городах: [Прохладный](#), [Миллерово](#), [Донецк](#), [Зверево](#), [Каменск-Шахтинский](#).
- В 2004 году оборот компании составил более \$130 млн.
- В 2006 году была приобретена фабрика «Стиль» на Украине.
- В августе 2009 года компания приняла решение полностью отказаться от опта и франчайзинга и сосредоточиться на развитии собственной розничной сети.
- В 2011 году были запущены 14 производственных предприятия, из них девять в Ростовской области и пять предприятий на Украине, в Луганской области. 2011 год сеть «Глория Джинс» завершила с 435 магазинами (411 в России, 24 на Украине), общая торговая площадь которых возросла до 155 000 м².
- В 2014 году кардинально пересмотрен подход к построению бизнеса. Были закрыты все производства на Украине, существенно сокращены в России. 80% производства приходится на азиатские страны. Также запланирован переезд центрального офиса в Гонконг в 2015 год



Козмово.ру

Стратегические цели



- Стать крупнейшим игроком на отечественном рынке демократичной одежды;
- Достичь уровня, характеризуемого оборотом в \$1 млрд;
- Достичь уровня, характеризуемого преобладанием розничных продаж.
- Через 5 лет количество фирменных магазинов приблизится к 500;
- Выход на новые целевые аудитории;



Маркетинг

Большая доля внутреннего рынка. По оценкам самой компании, она занимает около 20% на рынке молодежной моды, 40% – детской одежды и около 10% – одежды взрослой.

Каналы распределения: "Глория Джинс" имеет огромную сбытовую сеть (корпорация имеет долгосрочные контракты с крупнейшими сетями: "Ашан", METRO, "Перекресток", "Рамстор").

Продвижение товаров на рынке: Активное продвижение с помощью рекламы. Компания размещает свою рекламу в СМИ (телевидение, Интернет, журналы)

Имидж, репутация и качество товара: "Глория Джинс" имеет репутацию производителя, сконцентрированного на качестве. Продукция данной компании хорошо известна как в России, так и за рубежом.

Ценовая политика: "Глория Джинс" работает в демократичной ценовой категории – средняя оптовая цена изделий составляет от 3 до 8 долл.

Возможности организации

- Возможность применения усовершенствованных технологий и оборудования в выпуске новой продукции;
- Возможное снижение торговых барьеров на рынках СНГ;
- Возможное вхождение РФ в ВТО;
- Стабильная политическая обстановка в РФ и странах СНГ;
- Создание законодательной базы,
- Повышение лояльности потребителей к отечественным брендам;
- Рост процента людей с высшим образованием;
- Рост доходов населения;

Перспективы роста отрасли. Угрозы организации:

- Высокий темп инфляции;
- Рост процентных ставок;
- Установление завышенных налоговых тарифов;
- Вероятность ухудшения политической обстановки;
- Приток зарубежных конкурентов в отрасль;
- Высокий уровень мобильности рабочего персонала (текучесть кадров низшего эшелона);
- Появление в отрасли нового производителя;
- Несвоевременная поставка материала и оборудования;



Предприятия компании

Корпорации принадлежат фабрики, большинство из которых расположено в Ростовской области:

- Шахты, Новошахтинск, Гуково, Зверево, Миллерово, Сальск, Усть-Донецк, Каменск-Шахтинский, Красный Сулин, Донецк, Пролетарск, Егорлыкская, Шолоховский, Песчанокопское, Белая Калитва, Морозовск, Обливская, Зимовники, Кашары, Чертково, Целина, Зерноград. В Новошахтинске расположен основной распределительный склад компании и крупный логистический центр.

Также запущены предприятия в Волгоградской области:

- Суровикино, Камышин, Михайловка, Котово и Серафимович.

Ещё одна фабрика находится в городе Прохладный (Кабардино-Балкарская Республика). Активно развивается производство на Украине:

- восемь предприятий в Луганской области — Луганск, Белокуракино, Красный Луч, Рубежное, Старобельск, Первомайск, Беловодск, Червонопартизанск;
- одна фабрика в Донецкой области — Снежное.

Помимо фабрик, «Глория Джинс» владеет собственными центрами дизайна и мерчендайзинга в Стамбуле, Шанхае, Сан-Паулу, Чикаго, Вьетнаме, Лос-Анджелесе, Сеуле, Токио, Ростове-на-Дону и Шахтах.

Виды продукции



- Детская одежда из меха;
- Головные уборы;
- Верхняя одежда;
- Детские головные уборы;
- Женская спортивная одежда;
- Женские чулочно-носочные изделия.

Конкуренты



По результатам оценки особенностей коммуникации конкурентов можно говорить о том, что «Глория Джинс» сильно отстает от них по присутствию в информационном пространстве. Хотя компания активно продвигается в социальных сетях, а также улучшает сайт, как таковой рекламной компании, представленной у конкурентов, нет.

Самое существенное отличие между GJ и конкурентами — это отсутствие у GJ четкого фокуса на определенную аудиторию. У марки довольно обширная целевая аудитория, в результате ее коммуникации с потребителями не несут важных элементов той знаковой системы, которая близка и понятна молодежи. Второе существенное отличие, вытекающее из первого, — это настроение бренда, его характер. Марка «Глория Джинс», в отличие от модных молодежных брендов, тяжеловесна, скучновата и нейтральна в сравнении с легкими, веселыми и беззаботными своими конкурентами. Третье существенное отличие — ассортимент. Слишком много устаревших, немолодежных моделей, лишних.

Конкуренты "Глории Джинс" — магазины New Yorker, Sela, Zara и др. (см. таблица 1). "Корпорация Глория Джинс" имеет 70 магазинов в РФ и СНГ.

Таблица 1

Наименование компании	Цена	Качество товара	Ассортимент производимой продукции	Внешний вид	Группы покупателей
GLORIA JEANS	Платья:599-3599р Юбки:399-2399р Блузки:399-2599р Брюки:699-3999р Джинс:699-3999р Джемпера:до3999р	среднее	Соответствует моде, в тоже время можно приобрести классику	Освещение хорошее, товар приятный, влиятельная музыка и изысканные луки на моделях/манекенах	Молодежь 13 + лет
MANGO	Платья:599-4599р Юбки:399-2399р Блузки:599 -2999 Брюки:799-4999 Джинсы:799-4999 Джемпера: до 4999	высшее	Модная сексуальная женская одежда	Весь ассортимент хорошо виден, висит на вешалках. Между вешалками широкие проходы.	девушки (18–22 лет)
SELA	Платья:599-2599р Юбки:399-1399р Блузки:349-1999 Брюки:500-4000 Джинсы:600-5000	средняя	Повседневная одежда	Одежда расположена по коллекциям, по цвету.	Молодежь, взрослые люди

Наименование компании	Цена	Качество товара	Ассортимент производимой продукции	Внешний вид	Группы покупателей
O'STIN	Платья:599-2599р Юбки:399-1399р Блузки:499-2500 Брюки:599-3000 Джинсы:599-3000 Джемпера: до 3999	Среднее	Разнообразная повседневная одежда	Концентрируется внимание на уже полностью собранные образы	Обеспеченное старшее поколение
ZARA	Платья:599-2599р Юбки:399-1399р Блузки:600-3000 Брюки:599-3999 Джинсы:699-3999 Джемпера: до 4000	Высшее	Модный и утонченный стиль	Вещи, которые можно сочетать, располагаются рядом.	Обеспеченное старшее поколение и молодежь
H&M	Платья:599-2599р Юбки:399-1399р Блузки:499-3000 Брюки:590-4000 Джинсы:600-4000 Джемпера: до 3599	Среднее	Модная свобода движений	Просторный магазин, в котором удобно выбирать одежду. Удобное размещение одежды на вешалках.	Молодежь 13+ лет

Наименование компании	Цена	Качество товара	Ассортимент производимой продукции	Внешний вид	Группы покупателей
INCITY	Платья:599-3599р Юбки:399-2399р Блузки:399-2599р Брюки:799-3999р Джинс:799-3999р Джемпера:до4999р	Среднее	Модный стиль большого города	Внимание к деталям и аксессуарам. не загруженные лишним стеклянные витрины, сквозь которые хорошо виден торговый зал;	Молодежь 13+ лет
SAVAGE	Платья:599-2599р Юбки:399-1399р Блузки:599-2499 Брюки:799-5999 Джинсы:699-6000 Джемпера:до 4900	высшее	Правильные вещи для стильных людей	Очень модная и привлекательная одежда	Молодежь 13+ лет
ТВОЕ	Платья:599-2599р Юбки:399-1599р Блузки:299-1999 Брюки:399-2599 Джинсы:399-2599 Джемпера: до 2589	Менее среднее	Доступная повседневная одежда	формирование полного гардероба. Вещи развешены на вешалках. Молодежно-спортивный стиль одежды	Мамы с детьми 0—13 лет Молодежь 13+ лет

Сильные стороны организации:

- Высокое качество продукции;
- Ценовые преимущества;
- Большая доля внутреннего рынка;
- Высокая квалификация управленческого персонала;
- Существует собственное подразделение, которое занимается НИОКР и разработкой технологий;
- Наличие резерва для расширения производственных мощностей;
- Популярность торговых марок организации;
- Повременное оборудование, обслуживаемое высокопрофессиональным персоналом;

Слабые стороны организации:

- Уязвимость по отношению к конкурентному давлению со стороны иностранных компаний;
- Недостаточный уровень стратегического планирования;
- Перебои в деятельности станков (простаивание станков);
- Слабая конкурентная способность в сегменте джинсовой одежды;
- Деспотичность со стороны персонала (отсутствие свободы действий у подчиненных);
- Неспособность предвидеть изменения потребительских вкусов и

