

## **ИННОВАЦИИ В ТОРГОВЛЕ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ «PANDORA»**

**Соколова Е.О.**

**Научный руководитель: старший преподаватель Иванова Л.В.**

*Сибирский Федеральный Университет*

*Торгово-Экономический Институт*

Украшения уже давно являются неотъемлемой частью как женского, так и мужского гардероба. Браслеты, ожерелья, кольца, броши, сережки и всевозможные цепочки – издавна украшали человека и будто бы выделяли его из серой массы. Сейчас их популярность несколько не уменьшилась, скорее напротив, она растет неудержимыми темпами. Некоторые склонны считать, что многие такие украшения приносят удачу и наделяют их владельцев сверхъестественными способностями. Теперь же это превратилось в целое искусство, которому многие уделяют огромное внимание. К тому же преобладающее число интересующихся данными товарами не хотят быть обладателями обычной бижутерии, а скорее счастливыми собственниками брендовых драгоценностей.

Целью данной статьи является раскрытие торговой марки Пандора и представления основных ее инновационных направлений в ювелирном бизнесе. Поставленные задачи для написания статьи: изучение истории возникновения Пандоры, открытие секрета инноваций, предоставление данных о денежном росте и дальнейших перспективах в развитии торговой марки Пандора.

Феномен Пандоры внес свежую струю воздуха в международную индустрию ювелирных украшений. Pandora (Пандора) – торговая марка ювелирных изделий. Бренд был зарегистрирован в 1982 году на имя датчанина Эневолдсена, который вместе со своей супругой, буквально в течение двадцати четырех часов, стали владельцами данной торговой марки. Первый ювелирный магазин был открыт недалеко от Копенгагена в местечке Норреброгат. Основной поток ювелирных изделий в первое время шёл из Таиланда. По сути, речь шла о торговле ювелирными изделиями в оптовой форме. Так продолжалось до 1987 года, когда владельцы торговой марки решили прекратить торговать оптом и перейти на розничную торговлю украшениями. Для этого пришлось несколько модернизировать предприятия. Ещё через несколько лет вполне успешной деятельности супруги принимают решение запустить на территории Таиланда собственное производство ювелирных украшений. На работу был принят дизайнер-женщина Лоне Франдсен, которая сыграла значимую роль в создании уникальных ювелирных изделий, отмеченных торговой маркой Pandora. Появление браслета, выполненного в оригинальном дизайне, потребители оценили более чем высоко. Инновационный подход состоял в том, что для рынка ювелирных изделий впервые была применена модульная система, в комплект к браслету стали предлагаться так называемые шармы (дополнительные модули) благодаря которым каждый браслет мог стать уникальным и четко соответствовать нуждам покупателей. В результате рейтинг компании и соответственно торговой марки стал резко расти. В конечном итоге всё свелось к тому, что Pandora получила статус глобального бренда.



Рисунок 1 - основа для браслета



Рисунок 3 - шарм – звено из золота с жемчугом



Рисунок 2 - вариант законченного браслета

Каждое украшение тщательно продумано ювелирными мастерами и дизайнерами марки и обработано вручную из серебра и золота с использованием драгоценных и полудрагоценных камней, жемчуга, дерева и эмали. Изысканный стиль, безупречное качество и разумная цена принесли славу марке по всему миру. Ювелирные украшения PANDORA продаются более чем в 80 странах на шести континентах в более чем 10,300 торговых точек, включая приблизительно 1100 концептуальных магазинов. В России бренд PANDORA представлен через компанию ЗАО «ПанКлуб» более чем 170 магазинами, которые расположены в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Казани, Нижнем Новгороде, Сочи, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Воронеже, Екатеринбурге, Тюмени, Перми, Уфе, Челябинске, Туле, Ярославле, Липецке, Тольятти, Саратове Самаре, Красноярске. В 2014 году компания планирует открыть ещё не менее 30 магазинов и выйти в новые регионы

Валовая прибыль составила 66,6% в 2013 и не изменилось по сравнению с 2012 годом. Чистая прибыль увеличилась на 84,7% и составила 2,220 млн. датских крон в 2013 году, что гораздо выше по сравнению с чистой прибылью 1,202 млн. датских крон в 2012 году. Свободный денежный поток в 2013 году составил 1,956 млн. датских крон, по сравнению с 1,151 млн. датских крон в 2012 г. Выручка группы в 2013 году составила 9,010 млрд. датских крон. по сравнению с 6,652 млн. датских крон в 2012 году, соответствующий рост на 35,4%. Северная и Южная Америка вырос на 25,5% (на 30,0% рост в гривне) В Европе увеличился на 47,9% (на 49,9% рост в гривне) Азиатско-Тихоокеанского региона увеличился на 37,1% (на 46,6% рост в гривне)

Таблица 1 - Окончательный отчет о прибылях и убытках

Млн. датских крон	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Доход	9010	6652	6658	6666	3461	1658
Валовая прибыль	5999	4429	4860	4725	2471	
ЕБИТДА	2881	1658	2281	2684	1572	666
Операционная прибыль (ЕБИТ)	2681	1475	2058	2416	1424	633
Чистые финансовые доходы и расходы	61	4	311	-164	-235	-217
Прибыль до налогообложения	2742	1479	2369	2252	1189	416
Чистая прибыль	2220	1202	2037	1871	1005	306

\* **ЕБИТДА** (сокр. от англ. Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) — аналитический показатель, равный объёму прибыли до уплаты налогов, расходов на амортизацию и процентов по кредитам

После успешного 2013 года, PANDORA ожидает дальнейший рост в 2014 году. Выручка, как ожидается, увеличится более чем на 10,0 млрд. датских крон, что обусловит рост в существующих магазинах, расширение глобальной сети магазинов и дальнейшее расширение на рынке Пандоры. ЕБИТДА, как ожидается, увеличится с 32% в 2013 году до приблизительно 35% в 2014 году. Капитальные затраты, как ожидается, составят около 550 миллионов датских крон, которые включают в себя расширение производственных мощностей в Таиланде в целях подготовки к будущему спросу.

Таблица 2 - Финансовый руководствo на 2014 год

	2013 год	2014 год
Выручка, ДКК млрд.	9.0	> 10.0
Рентабельность по ЕБИТДА	32,0%	ок. 35%
Капитальные затраты, млн. датских крон	490	ок. 550
Эффективная налоговая ставка	19%	ок. 20%

Невозможно встретить похожее украшение, поскольку вы сами являетесь дизайнером своего кольца, цепочки или браслета. Эти украшения универсальны и подходят к любому событию. Всегда можно найти именно свою подвеску-шарм, оригинальную и изящную, и скомбинировать ее с другими по вашему вкусу, подчеркнув, таким образом, вашу индивидуальность.