

The logo for Marks & Spencer is displayed within a double-lined black rectangular border. The text "MARKS & SPENCER" is arranged in two lines. The top line contains "MARKS" in a black, uppercase, sans-serif font, followed by a yellow ampersand "&". The bottom line contains "SPENCER" in the same black, uppercase, sans-serif font.

MARKS &
SPENCER

Marks & Spencer (M&S) — одна из крупнейших торговых сетей Великобритании, занимающаяся розничными продажами и производством одежды, обуви, аксессуаров и многих других товаров (например, еды и напитков). Магазины Marks & Spencer можно встретить во многих крупных городах мира, в том числе — и в Алматы. В Казахстане Marks & Spencer работают на основе франчайзинга, и продают только одежду, обувь и аксессуары.

Цели и задачи

- Цель M&S на ближайший период является
 - Дальнейшее расширение международной торговой сети
 - Увеличение доходов и уменьшение издержек
 - Улучшение качества производимой продукции
 - Улучшения в системе поддержки клиентов

Конкурененты

Основываясь на данных рейтинга Fortune 2015 среди ритейлеров Главными конкурентами Marks & Spencer (49 место) являются такие ритейлеры как Zara(43), Gap(50), H&M (48)

The logo for ZARA, featuring the word "ZARA" in a bold, black, serif typeface centered on a white rectangular background.The logo for GAP, featuring the word "GAP" in a bold, blue, blocky sans-serif font with a white outline, set against a solid magenta background.The logo for H&M, featuring the letters "H&M" in a white, stylized, italicized sans-serif font with a small ampersand between the letters, set against a solid red background.

ПОСТАВЩИКИ

- Marks & Spencer сотрудничает более чем с 2 000 поставщиками со всего света. Основными поставщиками являются поставщики Великобритании 80%. К тому же существует своя лаборатория по производству тканей. Поэтому при отличном качестве одежды она стоит намного дешевле, и считается самой низкой в мире. Большим спросом пользуются одежда из, таких тканей, как Кашемир и шелк, хлопок, сарар, аделиск.
- Одежда китайских производителей буквально завалила все рынки Казахстана. Ежегодный ввоз одежды превышает 1,0 миллиард долларов. Рынок этой одежды в основном нацелен на средний класс городского населения. В то же время присутствие на рынке высококачественной модной европейской одежды M&S стимулирует китайских производителей поднимает уровень качества и своих моделей одежды.

Государственное регулирование

- Конституция Республики Казахстан
- Кодекс Республики Казахстан о налогах и других обязательных платежах в бюджет
- Трудовой Кодекс Республики Казахстан
- ГК Республики Казахстан
- Также остается в силе Глава 45 ГК РК от 1999 года, которая также регулирует франчайзинг.
- Закон Республики Казахстан от 26 июля 1999 года № 456-І
Франчайзинг регулируется специальным «Законом о комплексной предпринимательской лицензии/франчайзинг» 2002 года.
- Закон Республики Казахстан от 26 июля 1999 года № 456-І
О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров.
- Закон о Бух. Учете и фин отчетности. 27фев. 2007г

Экономическая среда

- Благодаря стабильной экономике Великобритании, компания M&S развивается прогрессивными темпами. Годовой оборот компании составляет 9 млрд долларов в год. И 1 млрд прибыли без учета налогов. На потребительском рынке Англии M&S выступает главной силой давления на поставщиков. Фактически являясь монополией на данном рынке.

Социально-культурная среда

- В Великобритании чтутся ценности и традиции королевской семьи, что привело к тому что общество выбирает более повседневный и практичный стиль одежды. Поэтому ассортимент компании M&S представлен и элегантными моделями с добавлением новых веяний моды.

В рамках Великобритании средний возраст потребителей 35-40 лет. Есть явные тенденции старения нации. Поэтому основными потребителями данной продукции являются люди средней возрастной группы.



Политическая среда

- Экспансия в другие страны не встречает сопротивления, так как государства поддерживают политику франчайзинга. В следствии этого в 40 странах существует 224 магазина.

Международные факторы

- Международные факторы мы можем охарактеризовать на примере их интернет магазина, где цены предлагаемые на товары marks and spencer в целом значительно ниже тех цен, по которым вы сможете купить товары маркс энд спенсер в Казахстане, так как покупая напрямую в интернет-магазине вы не оплачиваете коммерческие таможенные пошлины которые приходится платить магазинам в Казахстане, а также как не резидент Европейского союза не уплачиваете налог VAT по британской ставке 17%. Ну и, кроме того, цена в интернет-магазине marks ans spencer ниже сама по себе, так как продажи осуществляются с центрального склада без множества наценок как правило возникающих в розничной сети.
- Тем самым развитие международного бизнеса развивается форсированными темпами. Особо привлекательными факторами являются: более низкие издержки ведения бизнеса за границей, стремление уйти от торговых ограничений внутри страны, а также инвестиционные и производственные возможности других стран.

Иновационные технологии

- Компания Marks & Spencer всегда была новатором в области технологии. В 1934 году M&S впервые в истории ритейла основала собственные исследовательские лаборатории для разработки новых типов тканей. В результате, благодаря исследованиям в области технологий текстильного производства и тесному сотрудничеству с поставщиками, компания запустила серии одежды из легких в уходе искусственных тканей.
- В 2000 году 12 товаров марки Marks & Spencer получили награду "Товар тысячелетия" (Millennium Product Status) - награду, которая присуждается в Соединенном Королевстве товарам, созданным по передовым технологиям. В частности, эта продукция представлена чулочно-носочными изделиями, созданными с использованием инновационных технологий; изделиями из шерсти, которые можно стирать в машине; изделиями из хлопка, которые не требуют глажения; некоторыми видами формирующего белья.