Członkowie grupy (Imię, nazwisko, nr albumu): UP. Ćwiczenia 5.

1 Yaraslau Maziuk ym109719

2 Martsin Selivonchyk ms109744

3 Marta Bahdzevich mb108649

4 Tatsiana Vilcheuskaya tv109686

5 Aleh Kuletski Ak109096

W odniesieniu do czynników wewnętrznych jednej z wybranych polskich firm (Fakro, **Inglot**), które dokonały ekspansji zagranicznej określ kluczowe czynniki sukcesu tej ekspansji (określ ich wagę w skali 1-5). W ocenie uwzględnij czynniki wewnętrzne zawarte w tab.

Nazwa firmy **INGLOT**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Czynniki wewnętrzne | Czynnik- nazwa | Komentarz | waga: 1-5 |
| 1 | zasoby materialne | 1. Kapitał 2. Sklepy | 1)Analizując przychody Inglota, można śmiało stwierdzić, że firma co roku traci zyski. Przyczyną upadku firmy jest koronawirus. Głównymi klientami firmy są kobiety. Ponieważ nie musieli wychodzić z domu, nie musieli też kupować produktów tej firmy. W 2020 roku łączne przychody dziewięciu największych producentów kosmetyków w Polsce wyniosły prawie 1,9 mld zł. Inglot znalazł się na 9. miejscu i przyniósł tylko 144,9 mln zł. 95% kapitału inglota znajduje się w polsce. Łącznie z eksportu firma czerpie 40% zysków.  2) Inglot wchodzi na rynki szybko i skutecznie. To firma rodzinna, założona przez Wojciecha Inglota w rodzinnym Przemyślu. Po jego śmierci w 2013 r., biznes przejął brat Zbigniew i siostra Elżbieta. Decyzja o wyjściu poza Polskę zapadła w 2006 roku i okazała się strzałem w dziesiątkę. Inglot zaczął od Kanady, następne były Emiraty Arabskie, potem Kuwejt, Indie, Turcja, Stany Zjednoczone… Firma posiada obecnie przeszło 950 butików w ponad 90 krajach na całym świecie. Sklep na Times Square w Nowym Jorku otwarty jest do północy, salony w Dubaju posiadają pokoje do wyłącznej dyspozycji dla bogatych klientek. To jedna z niewielu polskich marek globalnych. Firma na rynku kolorowych kosmetyków jest w kraju graczem numer jeden. | 1)4  2)5 |
| 2 | zasoby niematerialne | 1. Reputacja Firmy 2. Znak Towarowy | 1. INGLOT to uznana na całym świecie marka profesjonalnych kosmetyków dekoracyjnych, która zdobyła uznanie najwybitniejszych wizażystów i milionów zwykłych kobiet. Obecnie Inglot jest jednym z dziesięciu największych producentów kosmetyków na świecie, a jego produkty są dostępne w 90 krajach. Inglot to marka kosmetyków, bez której nie może się obejść żadne ważne wydarzenie związane z modą, urodą i sztuką. Produkty firmy wybierane są przez wizażystów pracujących przy pokazach mody, w telewizji i na Broadwayu. INGLOT to także pierwszy polski sklep z kosmetykami na Time Square. W przypadku najbardziej znanych artystów makijażu pędzle i kosmetyki Inglota są niezwykle powszechne. Opinie specjalistów mówią same za siebie - to jedna z najlepszych światowych marek. Nie jest tajemnicą, że Inglot to kosmetyki,który jest wybierany przez takie gwiazdy światowej skali jak Britney Spears i LadyGaga. Jednak wśród domowych celebrytów jest nie mniej popularny. Modelka i prezenterka telewizyjna Victoria Bonya nie tylko stała się twarzą marki, ale również wydała własną linię dekoracyjnych produktów do makijażu Victoria Bonya autorstwa Inglota. 2. Dzięki rejestracji znaku towarowego, marka staje się rozpoznawalna przez co zwiększa swoją wartość rynkową, a także umacnia wiarygodność wśród kontrahentów.   Po drugie dlatego, że rejestracja pozwala zapobiec naruszeniom ze strony innych osób i daje wyłączność używania znaku towarowego, a w skrajnych przypadkach umożliwia dochodzenie roszczeń z tytułu naruszenia znaku towarowego. Dzięki rejestracji, nikt inny nie będzie mógł wykorzystać pomysłu lub też podpisać się pod osiągnięciami marki.  Po trzecie, rejestracja rozszerza perspektywy do czerpania korzyści materialnych z wykorzystywania znaku towarowego. Jego oszacowanie pozwala na wynajęcie lub nawet sprzedaż znaku towarowego lub udzielenie licencji na zasadzie płatnej franczyzy. Popularna sieć handlowa w ofercie skierowanej do ajentów na pierwszym miejscu wskazuje, iż jej głównym atutem jest właśnie rozpoznawalna marka. | 1)4  2)4 |
| 3 | profil - rodzaj działalności | Dyferencjacja produktów | Inglot posiada szeroką ofertę produktów. To pozwala firmie Inglot na utrzymywanie dużego udziału w rynku. W salonach kosmetycznych Inglot dostępnych jest kilka rodzajów kosmetyków. Dzięki temu klient może kupić pod jednym dachem kilka produktów służących różnym celom. Zróżnicowanie produktów to zasadniczo ten sam produkt, ale o innym charakterze. W sklepach Inglot zróżnicowanie produktów polega na oferowaniu kosmetyków o tym samym przeznaczeniu w różnych kolorach i aromatach. Różne osoby preferują różny wygląd. Dyferencjacja produktów tworzy unikalne preferencje dotyczące produktów (Marketing voice Inc). W angielskich sklepach kosmetycznych świadczą o tym różne kolory pędzli, emalii do paznokci, produktów do twarzy, produktów do ust i oczu oraz innych akcesoriów. Wszystkie te produkty są dostępne w szerokiej gamie kolorów, a klient może wybrać to, co mu się najbardziej podoba. | 5 |
| 4 | profil inwestora - jaki?... (np. doświadczenie międzynarodowe) | Doświadczenie międzynarodowe Wojciecha Inglota | Wojciech Inglot – założyciel firmy – nie był pierwszym Polakiem, który zaoferował kobietom produkty do makijażu. Obecnie Inglot zajmuje 21. pozycję w rankingu najlepszych firm kosmetycznych świata. Jej wartość jeszcze 4 lata temu wyceniano na ponad 160 milionów złotych. Firma rozwija się w tempie 30-40% rocznie. Swoją firmę założył w Przemyślu – mieście, które raczej nikomu nie kojarzy się z prosperującą, innowacyjną Polską. A to właśnie tam, od samego początku istnieje fabryka kosmetyków, w której produkuje się 95% całego asortymentu. | 4 |
| 5 | przedsiębiorcza orientacja - jaka? … (np. okazje, innowacyjność, elastyczność, nowe obszary i metody konkurencji, nowe modele biznesu) -podaj min. 2 przykłady | 1. Nowe modele biznesu 2. Nowe obszary i metody konkurencji | 1) Modele biznesowe: Początkowo wyroby dystrybuowane były za pomocą tradycyjnej sieci hurtowni i drogerii, jednak taki model biznesowy nie pozwalał na sprzedaż kosmetyków o szerokiej palcie barw, gdyż partnerzy handlowi firmy zainteresowani byli jedynie najbardziej popularnymi odcieniami i produktami. Firma, chcąc prawidłowo eksponować swoje wyroby i proponowaną gamę kolorystyczną, zdecydowała się na zakończenie współpracy z większością dystrybutorów i otwarcie własnych stoisk. W ten sposób powstały słynne „wyspy”, do niedawna obecne w wielu polskich centrach handlowych, które z czasem przemieniły się w firmowe salony.  Nowy sposób sprzedaży produktów miał również aspekt czysto finansowy. Przedsiębiorstwo nie musiało już korzystać z usług pośredników i detalistów, którzy w branży kosmetycznej naliczają znaczne marże. Dzięki temu można było obniżyć ceny bez konieczności rezygnacji z wysokiej jakości, co sprawiło, że Inglota pokochali konsumenci.  2) Nowe obszary : czołowy polski producent kosmetyków, Grupa INGLOT, uruchamia kolejne platformy e-commerce, które mają zapewnić jej wzrost sprzedaży online w Niemczech. W czasie dalszej ekspansji na zachodnich rynkach spółka skorzysta z kompleksowego doradztwa Grupy Komunikacja Plus. (Wiele kanałów zamiast jednej platformy) Jednocześnie GK+ wspiera działania sprzedażowe poprzez promocję kanałów i produktów, w ramach której wykorzystuje m.in. rich content, video marketing, social media, influencer marketing, a także digital marketing z wykorzystaniem modelu programmatic buying Nawiązanie współpracy z INGLOT to dla Grupy Komunikacja Plus kolejny krok w rozwoju obszaru e-commerce. Grupa stawia na e-sprzedaż i zapowiada poszerzenie portfolio klientów  2) Metody konkurencji: Firma spółpracuje ze znanymi projektantami i domami mody z całego świata, takimi jak Kenzo, Coach czy Badgley Mischka. Od wielu lat współpracuje też z musicalami na nowojorskim Broadway’u, będąc partnerem makijażowym takich produkcji jak Mamma Mia!, Chicago, Król Lew czy Wicked. Ambasadorką naszej marki była Jennifer Lopez, z którą stworzyliśmy limitowaną kolekcję kosmetyków.Firma nie testuje żadnych produktów i komponentów na zwierzętach, jest obecna na liście PETA jako marka cruelty-free, około 60% asortymentu stanowią produkty wegańskie, certyfikowane przez uznaną na świecie organizację V-label. Posiadają również certyfikat Halal, który obejmuje znaczną część asortymentu. Aż 95% produktów powstaje w wyspecjalizowanych i nowoczesnych laboratoriach i przestrzeniach produkcyjnych, zlokalizowanych przy siedzibie głównej firmy w Przemyślu. Mimo tego firma jest dość konkurencyjna z tego że ma dużą paletę kolorów oferowanych kosmetyków, Szybkość wprowadzania na rynek nowych produktów; Połączenie przystępnych cen z jakością obsługi typowej dla sklepów z wyższej półki, Działania pod prąd wielkich korporacji i niezaciąganie kredytów; | 1)4  2)5 |
| 6 | forma ekspansji | 1) Franczyza | 1) W ramach formy ekspansji zagranicznej firma INGLOT zdecydowała się na franczyzę.INGLOT to sieć markowych salonów profesjonalnej kosmetyki dekoracyjnej, posiadająca ponad 950 placówek w 90 krajach na całym świecie. Ogólnoświatowa ekspansja firmy INGLOT rozpoczęła się w 2006 roku wraz z otwarciem pierwszej franczyzy w Montrealu.  Franczyza umożliwia rozwój i ekspansję przedsiębiorstw. Inglot jako franczyza rozprzestrzenił się na inne kraje, gdzie odniósł znaczący sukces. Franchising pozwala firmie takiej jak Inglot powiększać aktywa i zyski (Advantages And Disadvantages Of Franchising). Dzięki temu firma może prowadzić działalność w kraju i w innych krajach świata. Rozszerzenie działalności poza kraj, w którym firma została założona, daje firmie korzyści skali, na przykład jeśli firma rozszerza działalność na kraj, w którym jest łatwo dostępna siła robocza po niskich cenach lub dostępne są surowce.  Mimo że franczyza ma wiele zalet, istnieją również pewne wady. Franczyzy są trudne do kontrolowania i wymagają znacznego poziomu zarządzania. Ryzyko związane z franchisingiem jest znacznie większe niż w przypadku innych przedsięwzięć biznesowych, ponieważ wymagają one dużych nakładów kapitałowych. | 4 |
|  |  |  |  |  |
| 8 | Kluczowe czynniki sukcesu- konkluzja | | W analizie firmy Inglot wyróżniają się następujące mocne strony, które decydują o jej sukcesie:  - szeroka gama kolorów  - własne sklepy  - brak zewnętrznych źródeł finansowania  - wizerunek firmy  - położenie geograficzne  - dobry stosunek jakości do ceny  - szybkość produkcji i dystrybucji  - obecność krajowa lub międzynarodowa  Asortyment produktów firmy inglot cosmetics w znacznym stopniu przyczynia się do zysków. Zróżnicowanie produktów i aktualne strategie rynkowe w znacznym stopniu sprzyjają osiągnięciu celu, jakim jest maksymalizacja zysku firmy. Wzrost osiągnięty przez inglot jest w dużej mierze wynikiem koncentracji na grupach o średnich dochodach i znacznym dochodzie rozporządzalnym. Praca inglota nad tymi rynkami i cenami umożliwiła inglotowi penetrację rynków i osiągnięcie wzrostu przy jednoczesnej optymalizacji zysków. |  |

Uzasadnienie – uwzględnij odpowiedź na pytanie czy czynniki specyficzne dla firm rodzinnych sprzyjają, czy ograniczają ekspansję na rynki zagraniczne i dlaczego?

Uzasadnienie:

Siła i słabość modelu rodzinnego biznesu jest zakorzeniona w samej nazwie-w rodzinie. Praca z rodziną może stworzyć znacznie wyższy poziom zaufania i zwrotu, ale może również prowadzić do napięcia, urazy i otwartych konfliktów, ponieważ ludzie próbują dzielić "emocje" i "zimne obliczenia" i odnosić sukcesy zarówno w biznesie, jak iw życiu rodzinnym. Między członkami zarządu a rodziną pojawiają się wewnętrzne kontrowersje dotyczące rozwoju firmy. Problemy wynikają z polityki rodzinnej: każdy członek kierownictwa ma własne pojęcie o tym, jak należy prowadzić firmę. Eksport jest niewątpliwie obszarem, w którym prywatne i rodzinne firmy mogą uczyć się od międzynarodowych spółek publicznych, jednak w tym celu prywatne i rodzinne firmy wcale nie muszą przyciągać pracowników z tych firm. Również specyficznym czynnikiem firmy rodzinnej jest to, że firma prywatna lub rodzinna zazwyczaj finansuje swój rozwój z własnych zysków. Prywatne i rodzinne firmy muszą konkurować z międzynarodowymi korporacjami publicznymi, które mają znacznie większe zasoby. Niemniej jednak międzynarodowa konkurencja stała się bardziej ustrukturyzowana, znacznie bardziej profesjonalna, ale z drugiej strony prowadzi to do tego, że na rynku nadal istnieją duże nisze, których duże firmy nie chcą zajmować, ponieważ firmy prywatne i rodzinne mają większą elastyczność i działają bardziej szybko.

Firma Inglot jest również tego dowodem.To,że firma jest firmą rodzinną( w 2013 r.przeszła w ręce brata Wojciecha, a także współpracowała z siostrą) również pozytywnie wpłynęło na firmę na rynku międzynarodowym. Ważnymi aspektami jego pracy było zaufanie do pracowników, różne innowacje i długoterminowe relacje z klientami .

Źródła informacji:

<https://familybusiness.ibrpolska.pl/inglot-maluje-bogote/>

<https://wirtualnekosmetyki.pl/-newsy-producenci/1,9-mld-zl-przychodu-dziewieciu-najwiekszych-polskich-producentow-kosmetykow#:~:text=Kolejne%20pozycje%20w%20rankingu%20zaj%C4%99%C5%82y,9%20mln%20z%C5%82%2F2019>

<https://bestwritingservice.co.uk/essays/Analysis/Analysis-of-Inglot-Marketing-Mix.html>

<https://inglot.pl/content/21-o-nas>

<https://shop.inglot.com.ru/contacts/>

<https://www.notino.pl/inglot/>

<https://klgkancelaria.pl/znak-towarowy-budowanie-renomy-wlasnej-firmy-2/>

Niezbędnik

Przydatne linki

https://mycompanypolska.pl/artykul/raport-ekspansja-polskich-firm-go-poland/6776

https://www.pwc.pl/pl/media/2020/2020-12-03-ranking-kierunkow-ekspansji-raport-pwc.html

[**https://thereview.pl/100-polskich-firm-na-100-lat-niepodleglosci/**](https://thereview.pl/100-polskich-firm-na-100-lat-niepodleglosci/)

https://www.fakro.pl/biuro-prasowe/informacje-prasowe/kulisy-rynku-globalnego/

<https://www.fakro.pl/informacje-o-firmie/>

<https://www.aplikuj.pl/porady-dla-pracownikow/2279/praca-fakro-od-rodzinnej-firmy-do-giganta-na-rynku-okien-dachowych>

<http://wspieramrozwoj.pl/artykul/149/historia-fakro>

https://familybusiness.ibrpolska.pl/inglot-maluje-bogote/

https://www.bankier.pl/wiadomosc/Polskie-marki-podbijaja-swiat-3337816.html

https://www.rp.pl/Biznes/302279880-Polskie-firmy-nie-chca-inwestowac-za-granica.html

https://www.materialybudowlane.info.pl/pl/12374-branza-stolarki-budowlanej-w-europie-widac-spowolnienie.html

https://wspieramyeksport.pl/raporty-branzowe/B1.3/kosmetyki