



# Российский мужской бренд — Анализ компании Henderson

Азат Каюмов

Азат Каюмов Статья посвящена анализу деятельности одной из самой успешных компаний РФ в легкой промышленности – Henderson. Эта компания специализируется в производстве и продаже мужской одежды и аксессуаров, в особенности одежды делового стиля. Помимо этого, она ведет активную CSR политику, анализ которой также представлен в исследовании.

## 1. Ситуация в швейной и текстильной промышленности России

На сегодняшний день ситуацию в легкой промышленности в России можно охарактеризовать как противоречивую, поскольку объемы производства растут также, как и качество продукции, при этом наблюдается спад импорта и возрастание потребительского спроса. Однако потребительский спрос больше ориентирован на зарубежную продукцию, покупатели предпочитают приобретать товары иностранного производства.

Импортозависимость одно из слабых мест российской швейной промышленности, поскольку российские производители не всегда способны составить конкуренцию иностранной продукции и эффективно действовать на рынке. При этом ситуация на рынке такова, что уход западных поставщиков обуславливает необходимость удовлетворения спроса российскими производителями и развитие российской швейной отрасли.

Климова Н. В. И Мелкумян А. Э. в одной из своих научных работ утверждают, что основными проблемами российских производителей

являются отсутствие надлежащей поддержки государства (как научно-технической, так и финансовой), высокий уровень конкуренции с иностранными компаниями, недостаточно эффективная промышленная политика, несправедливые условия производства для различных компаний, высокий уровень изношенности производственного оборудования, зависимость от иностранного сырья, ориентация покупателя на западный рынок, недостаточность инвестиций и прочее.<sup>1</sup>

Швейная и текстильная отрасли тесно взаимосвязаны, так как влияют на темпы производства друг друга. На рисунке 1 можно увидеть динамику индекса текстильного и швейного производства по Российской Федерации в 1996 – 2016 гг. В 2009 г. текстильная и швейная производства вышли из кризиса и до 2014 г. росли. Однако, в 2014 г. в связи с изменениями на рынке, произошел спад, который длился до 2015г. В 2016 г. индекс текстильного и швейного производства составил 105.3%.

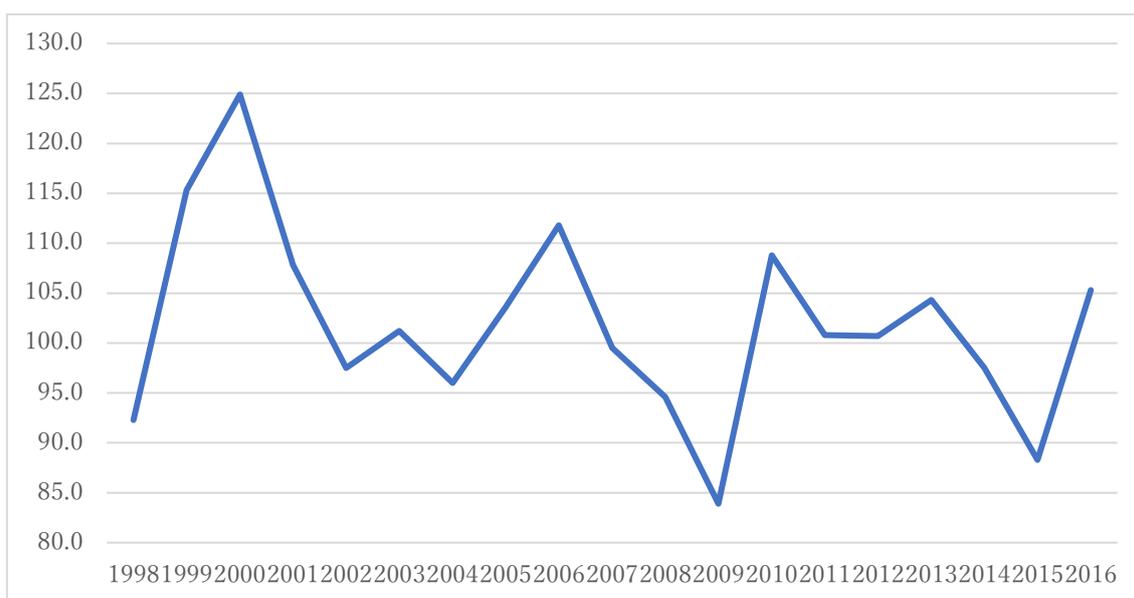


Рисунок 1 Динамика индекса текстильного и швейного производства по Российской Федерации в 1998 – 2016 гг. <sup>2</sup>

Как было указано выше, российский потребитель ориентирован в большей мере на западного производителя, что сложилось исторически еще во времена плановой экономики в стране.

## 2. Бренд-стратегия компании HENDERSON

В 1993 г. был основан ГК HENDERSON-Россия, ставший дистрибьютером детских игрушек TYCO-Matchbox, а также одежды Fruit Of the Loom. Обе компании находятся в США. В этом же году в Польше была создана первая коллекция рубашек Henderson, однако только в 1996 г. у российского потребителя появилась возможность приобретать продукцию польского производства Henderson, а с 1998 г. началось открытие и распространение торговых точек компании сначала по г. Москва, а позже и по всей стране. Уже к 2007 году Henderson имеет 46 магазинов в 17 городах страны. В России бренд получал различные награды, например, «Бренд года/EFFIE 2006».



Фотограф : Леисан Каюмов

Компания многократно выступала и выступает партнером спортсменов, благотворительных организаций, деятелей искусства, различных мероприятий и конкурсов, разрабатывая для своих партнеров одежду и являясь спонсором многих мероприятий. В 2010 году у Henderson появляются первые партнеры и ими становятся: Федерация хоккея России, а также футбольный клуб «Спартак-Москва». В 2011 г. список партнеров пополняется общероссийским конкурсом «Бизнес-Успех», скрипачом Карэном Шахгалдяном (компания становится партнером гастрольного тура), Артуром и Мариной Багдасаровыми (дрессировщики тигров, также партнер гастрольного тура). В 2012 г. новыми партнерами становятся: Илья Ковальчук, двукратный чемпион мира, нападающий New Jersey Devils и игроком сборной России по хоккею (а также официальным лицом компании по совместительству), Российский футбольный союз, бал МГИМО, МХТ им. А.П. Чехова. Также в 2012 г компания организовала фестиваль, посвященный отцам — «Международный День Папы в Москве». В 2013 г. новые партнеры - государственный камерный оркестр «Виртуозы Москвы», благотворительным фондом «Артист». В 2014 г. - Международный Благотворительный фонд Владимира Спивакова. В этом же году становится опекуном «Города Мастерславль», тематического парка профессий для детей. В 2015 г. проводит акцию совместно с организацией «Детские деревни – SOS». А в 2016 г. появляется очередной партнер - фондом «Друзья».

В разное время послами Henderson становились народный артист России Константин Хабенский, а также телеведущий, шоумен, продюсер Гарик Мартиросян.

На сегодняшний день миссия компании – «помочь мужчинам выглядеть модно, элегантно и улучшить качество их жизни».<sup>3</sup>

Стоит отдельно отметить, что помимо многочисленных салонов по продаже готовой одежды для мужчин высокого качества в 58 городах, компания в 2017 г. представила услугу индивидуального пошива HENDERSON Su Misura с использованием более 3000 материалов итальянского и британского производства. Данная услуга доступна в магазинах г. Москвы, г. Санкт-Петербурга, г. Красноярск, в г. Владивосток и г. Пятигорска.

### **3. Разработка продукта и модельный ряд компании-HENDERSON**

Среди предлагаемых компанией готовых изделий покупателю представлена мужская одежда, обувь, а также сумки и аксессуары. Рассмотрим минимальные, максимальные и средние цены на мужскую одежду компании (таблица 1).

Таблица 1

**Минимальные, максимальные и средние цены на мужскую одежду  
компании Henderson<sup>4</sup>**

	Минимальная цена, р.	Средняя цена, р.	Максимальная цена, р.
Рубашки	1595	3818	8999
Трикотаж	2595	4631	9999
Поло	1995	4381	6999
Футболки	995	2535	3999
Куртки	1995	11713	19999
Пальто и полупальто	14995	17371	27999
Плащи	9995	14997	17999
Костюмы	169950	30405	38998
Пиджаки	9995	20011	25999
Жилеты	8999	8999	8999
Брюки	1995	7616	12999
Джинсы	1995	4843	7999
Шорты	3599	3770	3999
Нижнее белье	485	804	1299
Термобелье	1595	2257	2999
Носки	195	407	699
Домашняя одежда	595	1901	4999
Спортивная одежда	1295	2208	3995

Также рассмотрим минимальные, максимальные и средние цены на обувь, а также на сумки и аксессуары компании в таблице 2 и 3. Под сопутствующими товарами понимаются аксессуары для мужской обуви.

Таблица 2

**Минимальные, максимальные и средние цены на обувь компании Henderson<sup>5</sup>**

	Минимальная цена, р.	Средняя цена, р.	Максимальная цена, р.
Ботинки	3995	5486	6995
Туфли	2995	7227	10999
Мокасины	4545	7057	7999
Кроссовки	2495	54775930	8999
Сникерсы	1495	5287	9999
Сандалии и шлепанцы	695	2164	4999
Аксессуары для мужской обуви	159	534	1469

Таблица 3

**Минимальные, максимальные и средние цены на сумки и аксессуары компании Henderson<sup>6</sup>**

	Минимальная цена	Средняя цена	Максимальная цена
Сумки и рюкзаки	2995	10225	19999
Дорожные сумки	8999	9499	9999
Галстуки	595	1839	2999
Бабочки	1595	2527	4999
Платки	1299	1313	1399
Запонки и зажимы	995	2329	3499
Ремни и подтяжки	995	2950	3999

Кошельки и портмоне	2599	4094	6999
Ключницы, визитницы	1599	2611	5999
Головные уборы	495	2491	5999
Зонты	2999	3599	3999
Шарфы	995	1920	2999
Перчатки	895	2306	3999
Парфюмерия	1895	2835	3599
Косметика	1799	1899	1999
Подарочная упаковка	359	470	599
Подарочная карта	1500	-	15000
Другие аксессуары	239	239	239
Очки	2495	3748	5999
Браслеты	995	2921	3999

Компания предлагает клиентам различные коллекции, в том числе классическую деловую одежду, а также коллекции в стиле casual и sport, при этом цены на товары компании Henderson выше среднего, однако некоторую продукцию может приобрести даже покупатель со средним уровнем дохода.

Бренд Henderson является российским, а головной офис расположен в г. Химки, однако продукция изготавливается по всему миру, в том числе на фабриках Гонконга, Таиланда, Италии, Великобритании, Тайваня, Китая и Португалии. В компании работает 1500 человек <sup>7</sup>.

Производитель мужской одежды предлагает широкий ассортимент, а в своих последних коллекциях использует инновационные технологии, например, ткани Thomas Mason серии Journey, которые не позволяют рубашкам сминаться, а также ткани Non Iron (покупатель может не использовать утюг), Stretch (хорошо тянутся и повторяют движения фигуры), и ткани по технологии Garment Wash (сохраняют длительное время свой первоначальный цвет). Еще одна новая находка компании – это ткань REDA Dry Sense, которая имеет водо- и грязеотталкивающими эффекты благодаря специальной обработке. Также компания использует технологию Half Canvas, комбинирующую фабричный и ручной пошив. Данную технологию, как уверяет Henderson, используют всего 10% мировых брендов.

Также очередная новинка компании - двусторонний жилет с 4 слоями защиты от выбивания пуха, что рассчитано на активную аудиторию магазина. Сумки и кошельки компании имеют специальную защиту от дистанционного считывания информации с документов, банковских карт и устройств связи -

## RFID - защита

Производитель уверяет, что качество товара высокое и разработка моделей происходит с привлечением европейских экспертов. Более того, компания называет свои торговые точки салонами, а производство – Домом моды, что заставляет потребителя почувствовать себя сопричастным чему-то элитному и люксовому.

По мнению автора, целевой сегмент компании – мужчины с достатком выше среднего, старше 27 лет, работающие в офисе, желающие выглядеть респектабельно и чувствовать себя частью референтной группы (менеджмент и топ-менеджмент организации).

Компания наращивает свою долю привлекая целевую группу за счет различных маркетинговых инструментов, в том числе развития партнерства, на данный момент в числе партнеров - Государственный камерный оркестр «Виртуозы Москвы» и Федерация хоккея России. Также Henderson сотрудничает с популярными российскими артистами, телеведущими, спортсменами и космонавтом, героем Российской Федерации, Сергеем Залетиним, послом Италии в России Паскуале Терраччано, а также коммерческим директором итальянской текстильной компании REDA Фульвио Галимберти.

Интересным, по мнению автора, является проект HENDERSON TV <sup>8</sup>, в котором народный артист России, Константин Хабенский, дает эксклюзивное интервью для компании, отвечая на вопросы, заданные ему покупателями магазинов Henderson и отобранные самой же компанией. Проект только развивается, Henderson планирует также организовывать интервью и с другими представителями российского кино, а также спорта, искусства. Необходимо отметить, что компания также активно представлена в различных социальных сетях, как: Instagram <sup>9</sup>, VK<sup>10</sup>, Facebook <sup>11</sup>.

Компания также создала клуб привилегий Henderson для покупателей салонов и интернет-магазина. Для получения карты привилегий необходимо лишь совершить покупку от 3000 р., получить карту и зарегистрироваться на сайте. При наличии карты покупатель может получать скидки от 5% до 30% (зависимости от коллекции, суммы покупки, дня, акций). Для членов клуба также организуются мероприятия и существует специальная гарантия в течение 24 месяцев.

Henderson предлагает акции со скидками на продукцию, бесплатную доставку и скидку за самовывоз.

Более того, компания развивает благотворительные программы, а именно финансирует Международный Благотворительный фонд Владимира Спивакова за счет денежных средств, полученных от суммы проданных подарочных карт.

Автор провел анализ отзывов на продукцию компании, оставленных в

сети Интернет и пришел к выводу, что в целом клиенты компании удовлетворены качеством покупаемой продукцией и даже если цена выше, чем покупатели обычно готовы потратить на подобный товар, то она зачастую оправдана. В целом, по пятибалльной шкале потребители дают 4,7 балла. Претензий к качеству товаров у клиентов нет, тем более Henderson предоставляет гарантию на каждое изделие, а членам клуба привилегий Henderson гарантия обеспечена в течение 24 месяцев.

## Заключение

В заключении, хотелось бы подчеркнуть, что компания Henderson выстраивает грамотную политику, соответствующую требованиям современности: эффективное использование CSR и позиционирование компании, действительная реализация миссии компании, встраивание в глобальные цепочки производства и т.п. В результате чего, происходит популяризация «правильного» мужского стиля, бренда Henderson, а также повышается лояльность потребителя к ней.

---

<sup>1</sup> Климова Н. В., Мелкумян А. Э. Развитие швейных предприятий России в современных рыночных условиях //Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – №. 128.

<sup>2</sup> Разработано автором на основе данных официального сайта Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru>

<sup>3</sup> Официальный сайт компании HENDERSON - <https://henderson.ru>

<sup>4</sup> Разработано автором на основе данных официального сайта компании HENDERSON - <https://henderson.ru>

<sup>5</sup> Разработано автором на основе данных официального сайта компании HENDERSON - <https://henderson.ru>

<sup>6</sup> Разработано автором на основе данных официального сайта компании HENDERSON - <https://henderson.ru>

<sup>7</sup> Официальный сайт «Бизнес Успеха» - <http://bsaward.ru/>

<sup>8</sup> Официальный Youtube канал «Дом моды HENDERSON» - <https://www.youtube.com/channel/UCWbq4w8WdBA2dVfIWzbnkog>

<sup>9</sup> Официальный Instagram аккаунт «Дом моды HENDERSON» [https://www.instagram.com/henderson\\_fashion/](https://www.instagram.com/henderson_fashion/)

---

<sup>10</sup>Официальный VK аккаунт «Дом моды HENDERSON» <https://vk.com/hendersonclub>

<sup>11</sup> Официальный Facebook аккаунт «Дом моды HENDERSON»  
<https://www.facebook.com/HENDERSONclub>

#### Список использованной литературы

- (1) Климова Н. В., Мелкумян А. Э. Развитие швейных предприятий России в современных рыночных условиях //Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – №. 128.
- (2) Официальный сайт«Бизнес Успеха» - <http://bsaward.ru/>
- (3) Официальный сайт компании HENDERSON - <https://henderson.ru>
- (4) Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru>
- (5) Официальный Instagram аккаунт «Дом моды HENDERSON»  
[https://www.instagram.com/henderson\\_fashion/](https://www.instagram.com/henderson_fashion/)
- (6) Официальный Facebook аккаунт «Дом моды HENDERSON»  
<https://www.facebook.com/HENDERSONclub>
- (7) Официальный VK аккаунт «Дом моды HENDERSON» <https://vk.com/hendersonclub>
- (8) Официальный Youtube канал «Дом моды HENDERSON» -  
<https://www.youtube.com/channel/UCWbq4w8WdBA2dVfIWzbnkog>

Азат Каюмов, студент 2 курса магистратуры по программе Экономика университета Риккё

(Эта статья была опубликована на сайте MUFU BizBuddy, опубликованном компанией Mitsubishi UFJ, Ltd. для иностранных представителей зарубежных японских компаний 24 апреля 2019 года.)