

## **Содержание:**

# **ВВЕДЕНИЕ**

Данная курсовая работа направлена на анализ коммерческой деятельности спортивной организации на примере компании Adidas.

Ади Дасслер – основатель компании Adidas, положивший начало производству спортивной одежды и аксессуаров, которые вызвали бум технологий. В курсовой работе будут рассмотрены различные источники информации, рекламная и благотворительная деятельности данной компании, в том числе и известные личности, с которыми компания заключила индивидуальные рекламные контракты. Существенное внимание будет уделено тому, как создавалась компания, которая начинала свое производство во дворе дома семьи Дасслеров, а сейчас это мировой бренд, про который знает каждый.

Актуальность темы курсовой работы объясняется тем, что разработка и реализация нового товара на рынке вызвала шквал эмоций и перевернула весь мир спортивных брендов, обойдя каждый из них, как в ценовой категории, так и в качестве товара. Помимо этого, актуальность определяется ещё и спросом на товары данного бренда, который стал мировым хитом для спортсменов, а также для людей, которые используют спортивную одежду и аксессуары в стиле кэжуал. Основной деятельностью этой компании является не только изготовление спортивной одежды, но и аксессуаров, которые по стоимости выходят намного дешевле одежды и обуви, и практически каждый человек может себе позволить купить аксессуар данного бренда.

Смысл жизни Ади Дасслера заключался в том, чтобы создать идеальную спортивную экипировку. До конца своих дней Ади не переставал генерировать идеи и воплощать их в жизнь. Как истинный спортсмен, он всегда играл на опережение и мыслил на несколько шагов вперед.

Целью курсовой работы является анализ коммерческой деятельности спортивной компании Adidas, а ведущей задачей — изучение экономических показателей, а также сопоставление ценников на товары в сравнении с другими компаниями, производящими спортивную одежду и обувь.

Задачами курсовой работы являются:

1. Проанализировать коммерческую деятельность компании Adidas.
2. Сравнение ценников на товары с другими компаниями по производству спортивной одежды и обуви.
3. Определить секрет успеха компании Adidas.
4. Изучить ведение бизнеса и этических норм данной компании.
5. Определить востребованность данного бренда на рынке.

Объектом исследования является компания Adidas, а предметом исследования взлет данного бренда на рынке, который стал мировым хитом для спортсменов и людей, которые носят спортивную одежду Adidas в стиле кэжуал, а также экономические показатели этой компании.

В курсовой работе используются такие методы исследования, как изучение, анализ и наблюдение.

## **1. ИСТОРИЯ ADIDAS: С 1949 ГОДА ДО НАШИХ ДНЕЙ**

### **1.1 Рождение легендарного бренда и первые победы**

История знаменитой в будущем компании «Adidas» — история бедной, но предприимчивой немецкой семьи Дасслеров. Именно они на семейном совете приняли решение заняться кустарным пошивом домашних тапочек и ортопедической спортивной обуви для инвалидов, которых после войны оказалось достаточно много. Свое производство, не желающие умирать с голоду немцы, основали на «отходах», так как денег на качественные материалы у Дасслеров не было. Использовали они старое обмундирование и использованные автопокрышки – для подошв обуви.

Вскоре маленькое семейное предприятие стало обувной фабрикой с наемными работниками. Младший брат, фанат спорта и молчун Адольф разрабатывал модели. А старший Рудольф, предприимчивый и коммуникабельный, рассказывал покупателям, почему те должны покупать именно их обувь. Дела шли весьма

успешно.

Разработанная Адольфом модель кроссовок с шипами в 1928 году появляется на Олимпийских играх. Через год компания запускает выпуск футбольных бутс. На Олимпийских играх в Берлине американец Джесси Оуэн в кроссовках «Дасслер» выигрывает 4 золотые медали в беге и устанавливает 5 мировых рекордов.

Компания становится мировым лидером в производстве спортивной обуви, стремительно наращивает обороты. Но впереди ее ждет серьезное испытание — две войны. И если во Вторую мировую компании удалось выстоять, то пережить войну родных кровей Адольф и Рудольф не сумели.

В 1948 году компания «Дасслер» раскололась на две половины: Адольф Дасслер стал владельцем фирмы Adidas, а Рудольф - фирмы Puma. До конца своей жизни братья не простили другу личных обид. Сейчас трудно сказать, как сложилась бы судьба спорта, если бы между братьями царил согласие. Двигателем бизнеса всегда была конкуренция. Чем она жестче, тем выше стремление превзойти соперника и самого себя. Братья Дасслеры создали мир спортивной одежды таким, каким он есть сегодня — идеальным. И пока мало кому удавалось нарушить его равновесие.

Получив часть компании, Адольф решил не отказываться от славы Dassler. К старому названию он добавил свое сокращенное имя Adi. Так появилась самая известная спортивная марка Adidas. Позднее название бренда попытались трактовать как аббревиатуру фразы All Day I Dream About Sport (Весь день я мечтаю о спорте).

С приходом на рынок бренда трех полосок в 1949 году начался бум технологий, и в 50-х экипировка атлетов мирового уровня кардинально изменилась. В то же время Adidas представил бутсы Samba, в которых футболисты до сих пор выходят на паркет для маневренной игры в мини-футбол. В 50-х Adidas создал беговые кроссовки, в которых был установлен мировой рекорд на спринтерской дистанции, а также первые футбольные бутсы с нейлоновой подошвой. Это десятилетие стало отправной точкой многих перспективных проектов. Например, началась работа над баскетбольными кроссовками Allround, которые покорят мир в 80-х. То было время радикальных изменений, когда у элитных спортсменов появилась принципиально новая экипировка для тренировок и соревнований. А для Adidas все только начиналось.[\[1\]](#)

В 1960-е годы были эпохой прорывов — от подвига Катрин Швитцер, первой женщины, официально пробежавшей Бостонский марафон, до появления метода "фосбери-флоп", навсегда изменившего подход к прыжкам в высоту. В этом десятилетии спортсмены устанавливали все новые и новые рекорды, выступая в топовой экипировке того времени. Adidas разработал первые профессиональные кроссовки для бега, а также выпустил к Олимпийским играм в Мексике шиповки Azteca Gold, которые давали спринтерам дополнительное преимущество на треке. В 60-х также появились будущие иконы уличной моды — культовый спортивный костюм Adidas и тренировочные кроссовки Adidas Samba.

1970-е подарили миру эпичную музыку, поп-культуру, моду и спортивные достижения. Тогда же появился Telstar, первый официальный мяч чемпионата мира по футболу, и культовые кроссовки Adidas Superstar. В целом 70-е оказали существенное влияние на современную культуру. В этом десятилетии Adidas выпустил модели, которые впоследствии превратились в иконы уличного стиля — такие как Adilette, самые популярные в мире шлепанцы, и Stan Smith, культовые белые кроссовки, названные в честь теннисиста Стэна Смита. И люди любят эту классику до сих пор! Меняются стили и силуэты, но Adidas по-прежнему ставит во главу угла инновации и экологичность. Так кроссовки Nite Jogger в 70-х покорили спортсменов новыми светоотражающими материалами, а в 2019 они были дополнены подошвой Boost и превратились в сияющие городские кроссовки для ночных тусовок.

1980-е годы стали временем инноваций. Спорт влиял на культуру, музыка влияла на моду, а техника прогрессировала. Adidas внедрял новые технологии в обувь для атлетов всех направлений. Так беговые кроссовки Micropacer подарили миру цифровой мониторинг тренировки. Модель с дисплеем на язычке вычисляла расстояние, скорость и потребление калорий. В 1983 Adidas представил футбольные бутсы Copa Mundial, которые стали культовым бестселлером — игроки до сих пор выходят в них на поле. Torsion ZX8000 подарили бегунам технологию гибкой поддержки стопы и стали первыми кроссовками, которые обеспечивают устойчивость и не стесняют естественные движения щиколотки. В 80-х происходили и культурные сдвиги. Так темнокожие рэперы Run-D.M.C в бомберах M45k Best буквально боготворились молодежью. Легендарная спортсменка Грете Вайтц выиграла Нью-Йоркский марафон в кроссовках Atlanta. В 1985 году на легендарном музыкальном фестивале Live Aid фронтмен группы Queen Фредди Меркьюри выступал в кроссовках Hercules, которые тут же стали культовыми. И даже амортизация в моделях 80-х нашла отражение в современной серии Adidas

NMD.

Несмотря на то, что в 90-е на первое место вышла мода, именно тогда технологии Adidas приблизились к тому, что есть сейчас. На Бостонском марафоне Adidas представил культовую зелено-белую олимпийку EQT Volunteer. Три полоски на эмблеме EQT впоследствии превратились в современный логотип спортивных коллекций Adidas. Так началась новая эра бренда. Другие олимпийки, например, Anga были украшены цветными узорами и контрастными вставками, которые сегодня снова в моде. 1994 год стал поворотным для футбола. Бутсы Predator Cup совершили настоящую революцию в сфере профессиональной обуви для игроков. Тиснение в передней части стопы существенно улучшало сцепление с мячом. В разное время в Predator играли Зинедин Зидан, Дэвид Бэкхем, Михаэль Баллак, Стивен Джеррард, Рауль и другие легендарные футболисты. [\[2\]](#)

В 2000-х Adidas совершенствовал созданные технологии. Были выпущены кастомные бутсы Predator Precision SG, созданные специально для Дэвида Бэкхема, и кроссовки Adizero Adios Neftenga, в которых Хайле Гебреселассие установил мировой рекорд в марафонском беге. Supernova Cushion M стали беговой классикой 2000-х, а сегодня их влияние ощущается в общемировом тренде на массивную подошву. Adidas буквально ворвался в профессиональное плавание с технологией, уменьшающей сопротивление воды, и экипировал 5-кратного олимпийского чемпиона Иана Торпа. Именно тогда были запущены первые коллаборации с мировыми дизайнерами. Йоджи Ямамото выпустил кроссовки YU MEI Brocade, которые положили начало бренду Y-3, а Стелла Маккартни разработала линейку спортивной одежды с элементами высокой моды и с тех пор представляет свои капсульные коллекции каждый сезон.

В 2010-х на первый план вышла экологичность новых релизов. Adidas начал сотрудничать с Parley, организацией по защите мирового океана, и выпускать кроссовки и одежду с волокнами из переработанного пластика с прибрежных зон. Это положило начало масштабной инициативе по сокращению отходов модной индустрии и по вторичному использованию пластика и мусора, загрязняющего нашу планету. С повышением осведомленности об экологических проблемах развивались и технологии. В этом десятилетии был разработан Boost, возвращающий энергию материал, который оценили бегуны всего мира. Промежуточная подошва Futurecraft 4D ознаменовала новую эру в производстве кроссовок и новый виток эволюции в сфере амортизирующих материалов. Она печатается на 3D-принтере, создается из жидкости, соединенной с кислородом, а окончательную форму ей придает свет. До сих пор продолжается коллаборация со

Стеллой Маккартни, которая создает для современных женщин спортивную одежду уровня высокой моды. В 2010-х Канье Уэст совместно с Adidas запустил серию кроссовок YEEZY, ставшую культовой задолго до релиза. Проходили годы, и мир наблюдал, как новые поколения борются за свои права и свободы. В 2015 году Adidas выпустил Superstar Pride, первые кроссовки в радужных цветах, которые принесли компании прибыль в несколько миллиардов долларов за пару месяцев.

## 1.2 Новый подход к рекламе

Ади Дасслер четко следовал принципу: нет лучшего места для рекламы спортивных товаров, чем стадионы, корты и ринги. Ни одно спортивное состязание, начиная с 60-х годов, не обходилось без присутствия на нем знаменитого немецкого бренда. Моххамед Али, Мишель Платини, Лионель Месси, Зинедин Зидан, Штеффи Граф — это лишь очень малая часть легендарных спортсменов, успех которых во многом обусловлен сотрудничеством с Adidas. Ади Дасслер первым в истории привлек к рекламе спортивных товаров известных личностей.

Adidas — один из важнейших рекламодателей, делающий упор на телерекламу с участием мировых звёзд. (см. Таблица 1)

Звезды, сотрудничающие с Reebok

Таблица 1.

Алессандро Дель Пьеро Анна Иванович

Кака Марат Сафин

Лионель Месси Кевин Гарнетт

Фрэнк Лэмпард Трейси Макгрэди

Стивен Джеррард Деррик Роуз

Дэвид Бекхэм	Джеймс Харден
Арьен Роббен	Зидан, Делле Алли
Лукас Подольски	Месут Озил
Давид Вилья	Хамес Родригес
Михаэль Баллак	Диего Коста

Также Adidas широко известен своими крупными спонсорскими контрактами с известными спортсменами и спортивными командами, особенно в сфере футбола.

Adidas подписывала спонсорские контракты с такими известными футбольными клубами как: Milan, FC Bayern München, Real Madrid, FC Chelsea, ФК Динамо (Киев), ПФК ЦСКА, ФК Динамо (Москва), а также с российской, испанской, немецкой, греческой, мексиканской, румынской, японской, аргентинской, южноафриканской национальными футбольными сборными.

С 8 сентября 2008 года Adidas подписала соглашение о партнёрстве с Российским футбольным союзом. По данным газеты «Ведомости», общая сумма соглашения, заключённого на срок 10 лет, составит 100 миллионов долларов. Ожидается, что немецкая компания будет экипировать все футбольные сборные команды страны, а также отчислять Российскому футбольному союзу 5 % выручки от продаж спортивных товаров с символикой сборной России.

С 16 сентября 2015 года Adidas подписала партнёрское соглашение с Национальной хоккейной лигой сроком на 7 лет. С сезона 2017-2018 года Adidas становится эксклюзивным поставщиком игровой и тренировочной формы команд, а также сувенирной продукции<sup>[3]</sup>

## **2. АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ**

# КОМПАНИИ ADIDAS

## 2.1 Цены на товары Adidas в сравнении с другими компаниями, производящими спортивную одежду и обувь

После смерти Ади Дасслера в 1978 году предприятие переходит его вдове Катарине, а позже сыну Хорсту Дасслеру. Интересно, что Хорст Дасслер в рамках Adidas France, которой он управлял создал еще один бренд Arena, производящий купальные костюмы и, в свою очередь, конкурирующий и с Adidas и с Puma. Сегодня Adidas перестал быть семейным бизнесом, превратившись в акционерное общество, штаб-квартира которого все еще находится в маленьком немецком городке Херцогенауэрах, где и началась история фирмы.

Миссия компании звучит как «Our passion for sport can make the world a better place.» («Наша страсть к спорту может сделать мир лучше»).

Девиз компании: «Impossible is nothing» («Невозможное возможно»).

Всю целевую аудиторию бренда Adidas можно подразделить на три группы

1. Metropolitan (столичная). Аудитория представляет собой 25 - 35-летних женщин и мужчин - модных и продвинутых горожан, живущих в престижных районах столиц мира. Их цель - быть неповторимыми, выделяющимися на фоне толпы.
2. Coastal (пляжно-экстремальная). Аудитория преимущественно серфингисты, сноубордисты, пляжные волейболисты, скейтбордисты, то есть, люди, которым не безразлично самовыражение в спорте и демонстрация своих сверхвозможностей.
3. Urban (урбанистическая или уличная). Аудитория представляет собой 18 - 25-летнюю молодежь (преимущественно мужчины), которые тратят немислимые деньги на приобретение спортивной экипировки, чтобы подчеркнуть значимость своей субкультуры.

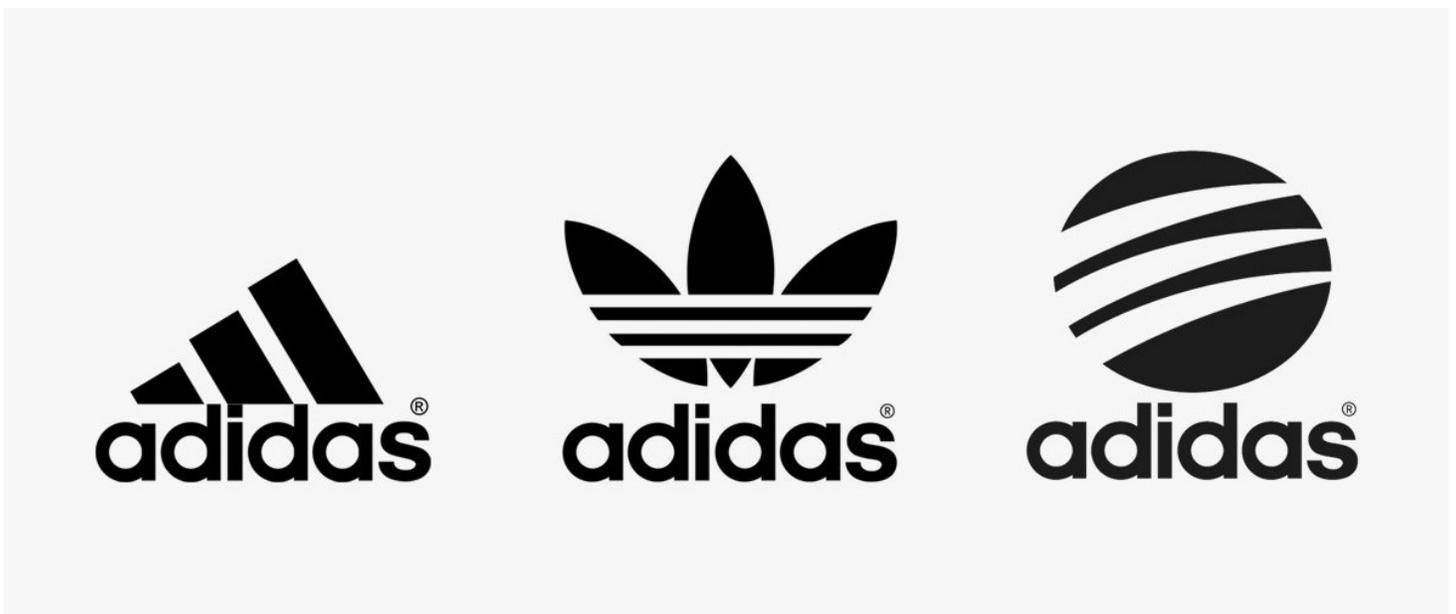
Adidas - это легендарный бренд, создающий одежду и обувь для занятий спортом с использованием передовых технологий. Это коллекции, которые помогают добиваться максимальных результатов в любом виде спорта как начинающим, так

и профессиональным атлетам. Продукция этого направления воодушевлена традициями, заложенными основателем компании - Ади Дасслером. Sport Performance по-прежнему остается одним из основных направлений компании Adidas Group и предлагает продукцию почти для всех видов спорта.

Культовый молодежный бренд повседневной одежды и обуви, на протяжении многих лет неразрывно связанный с различными культурными направлениями, такими как музыка, танцы и граффити. Главной отличительной чертой этого бренда является яркий, узнаваемый логотип направления (см. Рисунок 1) - Трилистник, который присутствует в одежде, обуви и аксессуарах. [4] В соответствии с рисунком 1, три листа изображали стилизованную развёртку карты мира с тремя континентами, на которых в тот момент продавалась продукция компании. Первый лист — Северная и Южная Америки, средний — Европа и Африка, а третий — Азия.

Три горизонтальные полосы символизировали разнообразие. Этот логотип до сих пор используется. Только теперь им брендируется коллекция Adidas Originals. Именно благодаря этому ребрендингу бренд вышел за пределы исключительно спортивной экипировки и стал частью повседневной уличной моды.

Рисунок 1. [5]



Теперь в рекламных кампаниях стали использоваться образы не только спортсменов, но и, например, музыкантов, таких как Дэвид Боуи или Run DMC.

В 2006 году Adidas купил Reebok в более чем за 3 миллиарда евро для того, чтобы сократить свое отставание от лидера отрасли Nike. Покупка Reebok более чем вдвое (с 8,6% до 20%) увеличивает долю рынка Adidas на американском рынке, лидерство на котором уже не первый год является одной из главных целей компании.

Недавно, полагаясь на усиливающуюся в мире моду на экопродукцию, компания объявила о старте в 2011 году «экологической пятилетки». К 2015 году немцы обязуются использовать 40% экологически чистого хлопка в производстве одежды, а к 2018 году - перейти на него полностью. Удачный маркетинговый прием, но требующий миллионных вложений.[\[6\]](#)

В 2013 году 13 февраля в Нью-Йорке компания Adidas представила BOOST - уникальную технологию амортизации, с которой каждый любитель бега ощутит небывалый возврат энергии, оптимальную посадку и полную независимость от температурных условий. С ней бег изменится навсегда. В основе инновационной технологии BOOST (см. Рисунок 2) от Adidas - революционный амортизирующий материал. При поддержке BASF, ведущей мировой химической компании, Adidas добилась невозможного: твердые гранулы термопластика (TPU) в буквальном смысле надуваются и превращаются в тысячи маленьких энергосберегающих капсул, образуя оригинальную промежуточную подошву. Благодаря своей уникальной структуре в виде ячеек эти энергетические капсулы аккумулируют и высвобождают энергию при каждом шаге. Тесты, проведенные подразделением Adidas по инновациям, показывают, что чрезвычайно износостойкий материал, который используется только в продукции BOOST, обеспечивает самый высокий уровень энергоотдачи в беговой индустрии.

Рисунок 2.[\[7\]](#)



Данная компания давно позиционирует себя на рынке, как преуспевающее предприятие с высокой долей рынка и хорошей конкурентной позицией. Безусловно, все это зависит, в первую очередь от стратегии и миссии данной компании, но и немало важную роль здесь играет организационная культура. Все сотрудники компании придерживаются организационной культуры предприятия Adidas, так как она сложилась на данном предприятии довольно давно. Все сотрудники компании вежливые и с ответственностью подходят к выполнению своих служебных обязанностей. Главной чертой организационной культуры является то, что все сотрудники, без исключения, должны носить одежду собственной марки Adidas, в том числе это касается и руководства компании.[\[8\]](#)

Корпоративная культура в Adidas сформирована должным образом. Это отражается в таких банальных вещах, как форма для персонала, общий стиль поведения, основанный на доверительном отношении друг к другу и взаимовыручке.[\[9\]](#) Специфика корпоративной культуры здесь проявляется в отсутствии рамок между должностями в общении. То есть, менеджеры магазинов, прочий управляющий

персонал общаются с коллегами по работе исключительно на «ты». В соответствии с классификацией Джеффри Зоненфельда корпоративная культура Adidas принадлежит к типу, который носит название «Клубная культура», поскольку здесь имеет место командная работа. Повышение в должности получают только работники Adidas, при этом карьерный рост происходит медленно и постепенно.[\[10\]](#)

Если говорить о некоторых интересных фактах об этой компании, то у метал группы KoRn есть песня A.D.I.D.A.S. После релиза этого хита музыку, которую поёт группа, стали называть Adidas-рок. Несколько лет подряд в вокалист Korn также одевался исключительно в спортивную одежду Adidas.[\[11\]](#)

Столь же известная хип-хоп группа Run DMC в 1986 году написала песню My Adidas, ставшую неофициальным гимном поклонников продукции данной компании. Кроме этого, логотип компании появлялся на одежде и обуви различных артистов — от Public Enemy до Jam Master Jay.

Отдел промышленного дизайна Adidas под руководством Майкла Михальски был выбран дизайн-командой 2005 года в номинации «product design» премии «Red dot award». 4 июля 2005 Майкл Михальски прибыл в город Эссен, чтобы получить от имени всего дизайн отдела трофеем «red dot: design team of the year» — кубок «Радиус». Награду вручал победитель прошлого года Киёюки Окуяма, Pininfarina.

Adidas из океанского . (см. 3.) Обувь из в море , которые . В 2016 выпустил Parley из . Также о коллаборации + Kanye West. Планируется и спортивной под Yeezy, уже потребителям.[\[12\]](#)

3.[\[13\]](#)



В бывшего молодёжные 90-х спортивные , но часто и была не .

В начале 2000- небольшая Adidas и в России, в основном это куртки и одежда. , в с ростом и продаж, было на в азиатские .

В году линия , Концерн А всего две , одну в Германии и в США. [14] вся продукция 130 компаниями-партнёрами, у в сложности 289 ; из них находится в , в Америке, 6 % в и 5 % в .

По объёму 97 % в Азии, в том во ВьетнамеИндонезии 28 % и КНР В году 409 миллионов пар А, из них 11 % на во Вьетнаме. На 58 % .[15]

Производство сосредоточено в от 457 миллионов в 2018 ), в том в Камбодже 24 %, КНР и 18 %.

одежды в КНР и 9 % от общего концерна. 38 % .

категория ( , сумки) в в КНР (38 %), Турции и Пакистане Крупнейшая в Турции, в она дала от 113 единиц категории. На товаров 4 % .[\[16\]](#)

Продукция под основными , Adidas и Reebok, между 90 % к

На год в компании 57 человек, из них 32 в розничной , по 6 занимались и , 5330 администрацию , 4 занимаются , по тысяче в производстве, и информационных .[\[17\]](#)

компании аны по принципу. (см. 1.)

1.

Своим Adidas и Titleist. Nike, и других , но конкуренты, по , именно и . Это связано с тем, что в очень переживает , а Adidas этого .

считает, что в индустрии именно в .[\[18\]](#) За 15 лет Adidas на много , продуктов и делать это. Adidas разных [\[19\]](#), баскетбольная Nets, как повседневную . Тут все , Adidas NBA за то, одевать их . У Adidas с NBA, поэтому они все 30 лиги, в том и Nets, на есть , была линия , продвигается в , а известна, в , что владелец .[\[20\]](#)

Nike компанией по товара ( , , аксессуары) . можно на NYSE под : NKE. образования 1964 год.

появилась на 24 1964 и имела Ribbon . Ее студент Фил , на средние , и его Билл . Они кроссовки, в азиатских , но о своём . И в году с вафлеобразной . (см. 4.) Кстати, эту почерпнул от , вернее от её . Официально имя она 30 мая 1978 . Это имя богини , а не английское « » , как ошибочно в русскоязычной .[\[21\]](#)

4.[\[22\]](#)



По данным , рынок оценивается в 4-5 долларов и из ключевых в ( прирост %).

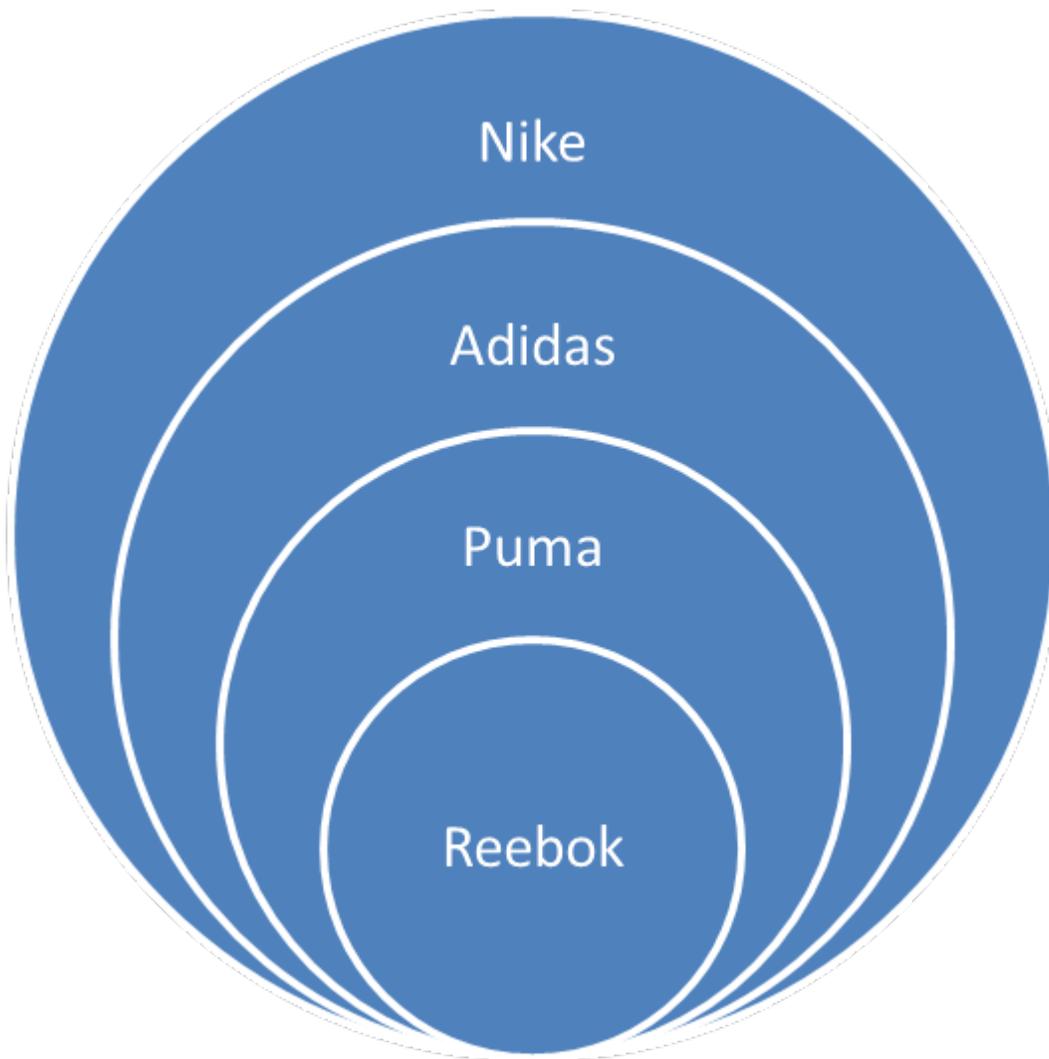
Стоит отметить, что в настоящее время бренд нацелен на возрождение на российском рынке. Долгое время (с 1994 г по 2009 г) марку в России представляли несколько франчайзи. Из-за кризиса их позиции пошатнулись, после чего Nike решил исправлять ситуацию самостоятельно.[\[23\]](#)

Nike решил ориентироваться на молодое поколение (15-19 лет), которое обладает большими амбициями, не может жить без цифровых технологий (в РФ больше пользователей интернета, чем на Родине марки в Германии, 75 % российских подростков проводят время онлайн, 85 % из них - в Москве и Петербурге) и жаждет чего-то нового.[\[24\]](#)

Отныне Nike позиционируется как катализатор, который зажигает новую культуру спорта для молодежи. Цель "перезагрузки" быть самым особенным, профессиональным и настоящим спортивным ритейлером.[\[25\]](#)

Сегодня, Nike в мире по-прежнему намного превосходит конкурентов. В частности, стоимость марки[\[26\]](#), по данным журнала "Биржевой Лидер", оценивается в 49,764 миллиардов долларов (ориентировочная стоимость Adidas 6,8 миллиардов долларов, Puma 2,3 миллиардов долларов, Reebok - 1,2 миллиарда долларов). (см. Диаграмма 2.)

Диаграмма 2.



С самого начала своего существования Nike создала прочный глобальный бренд спортивной одежды и обуви. Траектория роста Nike неплохая, так как компания получила 27,799 миллиардов долларов выручки в 2014, что отражает увеличение приблизительно на 10% по сравнению с предыдущим финансовым годом. Nike добилась чистой прибыли в размере 2,693 миллионов долларов в 2014, которая также увеличилась примерно на 10% по сравнению с чистой прибылью 2013. Солидная выручка и рост прибыли поднимают цены на акции. [\[27\]](#)

Коммерческая деятельность любого торгового предприятия осуществляется на потребительском рынке. Под потребительским рынком понимается рынок, предметом купли-продажи на котором выступают товары и услуги, предназначенные для удовлетворения спроса населения. [\[28\]](#)

Сравнивая различные компании по производству спортивных товаров, Adidas наиболее популярен в России и странах СНГ, но уступает Nike во всех остальных странах. Даже на своей родине, в Германии, Adidas менее востребован, нежели его

конкурент Nike . Это обусловлено тем, что Adidas придерживается захватнической политики по выходу на новые рынки и совершенно не беспокоится об удержании своей позиции. Adidas берет количеством магазинов и направлений (таких как Originals, Neo, Performance). Ежегодно в среднем открывается около 150 новых магазинов Adidas и более половины от этой цифры закрываются.[\[29\]](#)

Немецкий производитель спортивных товаров Adidas закроет около 160 магазинов в России за 2019 год. Об этом рассказали исполнительный директор Adidas Каспер Рорштед и финансовый директор компании Харм Ольмайер во время телеконференции с инвесторами по итогам первого полугодия 2019 года.[\[30\]](#)

В мае 2019 года представитель российского офиса компании Михаил Маштаков заявлял РБК, что компания закроет 40 собственных магазинов в России и сократит 10% сотрудников.[\[31\]](#) На тот момент в стране работало 840 розничных точек компании. Из-за финансовой ситуации в России Adidas принял решение адаптировать структуру российского подразделения к масштабам нашего присутствия на рынке в контексте количества магазинов и объема продаж. [\[32\]](#) В настоящее время на Россию приходится 3% от общих продаж компании. Поэтому результаты российского подразделения незначительно сказываются на глобальных показателях компании.

[\[33\]](#)  
По итогам первого полугодия 2019 года выручка группы в России и СНГ выросла на 10%, до 341 миллионов евро. При этом без учета валютных колебаний она сократилась на 10%. Валовая прибыль Adidas в России выросла на 22%, до 220 миллионов евро.

## 2.2 Adidas невозможно убить

С кончиной фрау Катарины ушло и неугасимое стремление к покорению новых вершин. Дети Дасслеров не смогли удержать родительский бизнес. Сын Хорст руководил компанией всего 5 лет и даже пытался провести какие-то реформы, но скоропостижно умер. Его сестры продали 80% акций за смешную цену — всего 440 миллионов немецких марок.

Для компании наступили тяжелые времена. Прибыли катастрофически падали. В начале 90-х убытки составили 100 миллионов долларов. В **1993 году**

**контрольный пакет акций переходит к французским инвесторам во главе с Робертом Луи Дрейфусом.** На вопрос журналистов, зачем он покупает этот титаник, бизнесмен ответил: «Adidas убить невозможно. Я попытаюсь его разбудить». [\[34\]](#)

Сначала команда Дрейфуса переманила лучших менеджеров из Nike и Reebok. Потом перенесла производство из Германии в страны Восточной Азии. Следующим шагом стал отказ от розничных сетей и формирование механизма фирменных магазинов бренда. [\[35\]](#)

Уже в 1996 году Adidas вновь становится спонсором Олимпийских игр. Это способствовало небывалому росту продаж. [\[36\]](#) Но главное достижение — завоевание 12% американского рынка спортивных товаров.

Менеджеры продвигали бренд в среду хип-хоп и рэп-культуры. Компания популяризовала новые для Европы виды спорта. [\[37\]](#) Начала выпуск линейки женской одежды и обуви. На заводе в городе Ансбах в 2016 году выпущена первая коллекция на полностью роботизированной линии.

В 1997 году Adidas поглотил французского производителя товаров для зимнего спорта Samson и вышел вместе со своим конкурентом Nike в мировые лидеры. В начале 2000 годов независимой частью Adidas стал ее бывший конкурент Reebok. На смену Reebok в качестве официального экипировщика клубов Национальной хоккейной лиги (НХЛ) придет Adidas. НХЛ объявила о подписании спонсорского контракта с компанией сроком на семь лет.

С течением времени Adidas довольно активно лишил дочерний бренд ключевых спортивных активов. [\[38\]](#) Не был продлен заключенный в 2000 году экипировочный контракт с НФЛ, сделка с НБА на поставку игровой формы также перешла в материнскую компанию, в России можно привести пример с футбольным ЦСКА. Связано это было не только с желанием немцев сфокусироваться на развитии флагманского бренда, но и отсутствием понимания того, какую рыночную нишу должен занять бренд Reebok, в чем его уникальность и целевая аудитория. В итоге, когда несколько лет назад сыграла сделанная менеджментом бренда ставка на кросс-фит, стало понятно, что дни Reebok в командном спорте сочтены. В конце 2013-го хоккейная экипировка для вратарей стала выпускаться под брендом CCM, а этот год станет последним для линейки Reebok Hockey в целом.

Мир спортивного спонсорства с точки зрения вращающихся в нем денег зачастую действует по закону сообщающихся сосудов - например, Nike, не продливший

контракт с «Манчестер Юнайтед», получил кучу свободных маркетинговых денег, которые почти сразу направил на контракт с НБА. Pepsi не стала продлевать соглашение с МЛС и через пару месяцев пустила эти деньги на спонсорство Лиги чемпионов. Для Adidas, которая недавно проиграла Nike тендер на контракт с НБА, контракт с НХЛ стал, возможно, даже более эффективным инструментом с точки зрения возврата инвестиций.

Стоимость контракта НХЛ вырастет с текущих 35 миллионов долларов в год до как минимум 70 миллионов долларов. Контракт вступил в силу в юбилейном, 100-м сезоне НХЛ (2017-2018 года). Помимо собственно экипировочного сегмента Adidas выпустил линейку мерчандайзинга и атрибутики для болельщиков. Кроме того, именно Adidas стал одевать команды на Кубке мира в Торонто в 2019 году.

Adidas выгодно сотрудничает с НХЛ, поскольку лига переживает особый подъем. В сезоне 2014-2015 г. отмечается рост аудитории спортивных мероприятий лиги на ТВ, в интернете и в социальных сетях. Спортивные арены во время матчей НХЛ заполнены на 96% - их посетили 21,5 миллионов фанатов. Раньше у Adidas не было спонсорских контрактов с хоккеистами, теперь компания готова добавить их в свой пул.

Компания выпускает экипировку для 26 из 28 олимпийских видов спорта. Мяч Adidas стал обязательным атрибутом на всех Чемпионатах мира и Европы в новом тысячелетии. Компания Adidas — официальный партнер FIFA. Adidas удалось подписать контракт с Национальной хоккейной лигой до 2022 года.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В данной курсовой работе был рассмотрен анализ коммерческой деятельности спортивной организации на примере компании Adidas, а также различные источники информации, рекламная и благотворительная деятельность, а также известные личности, с которыми компания заключила индивидуальные рекламные контракты.

Основная миссия компании - быть лидером среди мировых спортивных брендов. Для того чтобы достичь мирового лидерства, компания Adidas с каждым годом старается сокращать издержки, завоевывать новые географические рынки и территории. Также, компания Adidas уже сейчас задумывается о будущем нашей

планеты и о переработке материалов. Их новая программа по использованию органических и перерабатываемых материалов для производства товаров, должна привлечь еще больше клиентов и новых аудиторий.

Помимо этого, компания понимает важность создания не только спортивной одежды, но и одежды для повседневной носки и выход на данный рынок. Они уже создали направления Adidas Originals и Adidas by Stella McCartney, которые позволили компании вступить в мир высокой моды и выйти за рамки только спортивных товаров. Также, Adidas задумывается о покупке еще какого-нибудь бренда повседневной одежды, чтобы вплотную подобраться и постараться опередить своих вечных конкурентов Nike.

Вся их многолетняя история борьбы построена на том, что европейский гигант старается догнать американского лидера, и поэтому эти обе компании всегда придумывают что-то новое, чтобы не сдавать позиций.

Изначально, когда компания создавалась, первой их продукцией была ортопедическая обувь для спортсменов-инвалидов, изготавливаемая из старого военного обмундирования и автомобильных покрышек, то есть их цель идея была заключена в помощи людям.

Сегодня, продукция компании - это высококачественные товары, создаваемые на базе современных технологий, которые помогают спортсменам добиваться наивысших результатов в карьере. Но это не все, Adidas - это определенный стиль и статус, компания имеет очень хорошую репутацию у потребителя за счет, прежде всего, своего высокого качества, что и помогает им удерживать лидирующие позиции на рынке и увеличивать свою прибыль с каждым годом. Ведь все их действия, идеи и стремления заряжены на борьбу и достижение лидерства в соответствии со своей миссией.

Потребители хотят выбирать. Основываясь на желаниях и потребностях клиентов, компания пытается создать мультибрендовую организацию, включающую в себя не только удобные спортивные товары для занятия спортом, но и модную одежду на каждый день. Тем самым, охватывая все больше потребностей покупателя, увеличивая нишу на рынке и завоевывая новые целевые аудитории.

Компания ставит перед каждым своим подразделением создавать хотя бы одну инновацию или значительное улучшение в год. Adidas верит, что технологическая эволюция и передовой дизайн в продукции поможет добиться устойчивого

лидерства на рынке. Помимо этого, повышение качества сервиса и повышение эффективности внутренних процессов, это другие отрасли, в которых компания стремится совершенствоваться.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. М.: ИНФРА-М, 2009.
2. Андреева О. Технология бизнеса: Маркетинг. М.: ИНФРА-М, 2009.
3. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. М.: ИНФРА-М, 2011.
4. Бухалков М.И. Планирование на предприятии. М.: ИНФРА-М, 2010.
5. Барышев А. Маркетинг. М.: «Академия», 2008.
6. Березин И. Маркетинговый анализ. М.: Прогресс, 2010.
7. Буров В.П., Ломакин А.А. Бизнес-планирование фирмы. М.: ИНФРА-М, 2011.
8. Брэддик У. Менеджмент в организации. М.: ИНФРА-М, 2009.
9. Большаков А. Менеджмент. СПб.: ПИТЕР, 2010.
10. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М.: «Гардарики», 2009.
11. Владимиров А.Н. Менеджмент. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2009.
12. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: ФинПресс, 2009.
13. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования. М.: ФинПресс, 2009.
14. Adidas в России  
<https://www.rbc.ru/business/07/08/2017/598859a79a79470677f8ba5e>
15. Зернов А.А., Зубец А.Н. Маркетинговые исследования рынка // Маркетинг. - 2010. - №10. с. 12.
16. Ильин А.И. Управление предприятием. М.: Высшая школа, 2011.
17. Кондратьев А. Маркетинг. СПб.: Олма-пресс, 2009.

18. История создания Nike <https://vek-sporta.com/info/105---nike.html>
19. Анализ хозяйственной деятельности Adidas  
[https://studbooks.net/881615/marketing/analiz\\_hozyaystvennoy\\_deyatelnosti](https://studbooks.net/881615/marketing/analiz_hozyaystvennoy_deyatelnosti)
20. История возникновения и успеха фирмы Adidas  
<http://www.manalfa.com/istorii-uspeha/adidas-sozdanie-brenda>
21. Управление организацией. Под ред. А.Г. Горшнева. М.: ИНФРА-М, 2010.
22. Забелин П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления: уч. пособие М: Информационно внедренческий центр "Маркетинг", 2013
23. Ириков В.А., Леонтьев С.В. Реформирование и реструктуризация предприятий. Методика и опыт. М.: Наука, 2012. - 281 с.
24. Кеворков В.В., Конин В.Н., Лукьянов А.В., Шалимова Т.Г., Организация маркетинговой деятельности на предприятии (в организации): практические рекомендации. М.: ПРИОР, 2012. - 587 с.
25. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ./ Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. Третье издание. М.: Феникс, 2014. - 879 с.
26. Крылова Г. Д., Соколова М. И. Практикум по маркетингу. Издание второе, дополненное и переработанное. Санкт-Петербург: Наука, 2013
27. История Adidas <https://www.adidas.ru/blog/392942>
28. Интересные факты Adidas и Puma  
<https://zen.yandex.ru/media/id/5a43a7cc1410c3ff7fd08fab/interesnye-fakty-istoriia-uspeha-adidas-i-puma-5a4eb366799d9de8871aa10f>
29. История логотипов бренда Adidas <https://vc.ru/design/70213-adidas-istoriya-logotipov-brenda>
30. История бренда Adidas <http://www.advertiser-school.ru/advertising-history/Adidas-brand-history>

1. История Adidas <https://www.adidas.ru/blog/392942> [↑](#)

2. История бренда Adidas <http://www.advertiser-school.ru/advertising-history/Adidas-brand-history> ↑
3. История бренда Adidas <http://www.advertiser-school.ru/advertising-history/Adidas-brand-history> ↑
4. История логотипов бренда Adidas <https://vc.ru/design/70213-adidas-istoriya-logotipov-brenda> ↑
5. Логотипы Adidas <https://www.podrobnosti.mk.ua/article/logotip-adidas-stal-v-evrope-vne-zakona> ↑
6. Анализ хозяйственной деятельности Adidas [https://studbooks.net/881615/marketing/analiz\\_hozyaystvennoy\\_deyatelnosti](https://studbooks.net/881615/marketing/analiz_hozyaystvennoy_deyatelnosti) ↑
7. Adidas Boost <http://www.equipped.org/blog/wp-content/index.php?adidas-ultra-boost-uncaged-men-adidas-ultra-boost-white-restock.html> ↑
8. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. М.: ИНФРА-М, 2009.  
↑
9. Андреева О. Технология бизнеса: Маркетинг. М.: ИНФРА-М, 2009.  
↑
10. Бухалков М.И. Планирование на предприятии. М.: ИНФРА-М, 2010.  
↑
11. Интересные факты Adidas и Puma <https://zen.yandex.ru/media/id/5c5b040886fea800ad39b887/30-interesnyh-faktov-ob-adidas-5c5b1bf2753f0900ad73fdb8> ↑

12. Кеворков В.В., Конин В.Н., Лукьянов А.В., Шалимова Т.Г., Организация маркетинговой деятельности на предприятии (в организации): практические рекомендации. М.: ПРИОР, 2012. - 587 с. [↑](#)
13. Кроссовки Adidas из переработанного пластика <https://blog.fitmost.ru/eco-sport> [↑](#)
14. Владимиров А.Н. Менеджмент. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2009. [↑](#)
15. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М.: «Гардарики», 2009. [↑](#)
16. Крылова Г. Д., Соколова М. И. Практикум по маркетингу. Издание второе, дополненное и переработанное. Санкт-Петербург: Наука, 2013 [↑](#)
17. Большаков А. Менеджмент. СПб.: ПИТЕР, 2010. [↑](#)
18. История возникновения и успеха фирмы Adidas <http://www.manalfa.com/istorii-uspeha/adidas-sozdanie-brenda> [↑](#)
19. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ./ Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. Третье издание. М.: Феникс, 2014. - 879 с. [↑](#)
20. Буров В.П., Ломакин А.А. Бизнес-планирование фирмы. М.: ИНФРА-М, 2011. [↑](#)
21. История создания Nike <https://vek-sporta.com/info/105---nike.html> [↑](#)
22. Вафлеобразная подошва Nike <https://uspeh-woman.com/istorija-uspeha-nike/> [↑](#)
23. История создания Nike <https://vek-sporta.com/info/105---nike.html> [↑](#)

24. Кондратьев А. Маркетинг. СПб.: Олма-пресс, 2009.

[↑](#)

25. Ириков В.А., Леонтьев С.В. Реформирование и реструктуризация предприятий. Методика и опыт. М.: Наука, 2012. - 281 с. [↑](#)

26. Большаков А. Менеджмент. СПб.: ПИТЕР, 2010. [↑](#)

27. Управление организацией. Под ред. А.Г. Горшнева. М.: ИНФРА-М, 2010.

[↑](#)

28. Брэддик У. Менеджмент в организации. М.: ИНФРА-М, 2009.

[↑](#)

29. Зернов А.А., Зубец А.Н. Маркетинговые исследования рынка // Маркетинг. - 2010. - №10. с. 12.

[↑](#)

30. Adidas в России

<https://www.rbc.ru/business/07/08/2017/598859a79a79470677f8ba5e> [↑](#)

31. Ильин А.И. Управление предприятием. М.: Высшая школа, 2011.

[↑](#)

32. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: ФинПресс, 2009.

[↑](#)

33. Березин И. Маркетинговый анализ. М.: Прогресс, 2010. [↑](#)

34. «Adidas убить невозможно. Я попытаюсь его разбудить».- Роберт Луи Дрейфус.

[↑](#)

35. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. М.: ИНФРА-М, 2011.

[↑](#)

36. Барышев А. Маркетинг. М.: «Академия», 2008.

[↑](#)

37. Забелин П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления: уч. пособие  
М: Информационно внедренческий центр "Маркетинг", 2013 [↑](#)

38. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования. М.: ФинПресс, 2009.

[↑](#)